



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL**



**INFORME FINAL DEL PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**REVISTAS IMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO
CULTURAL DE LOS LECTORES DEL CANTÓN VINCES
PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

AUTOR:

YOSELIN ANGÉLICA HERRERA MARTINEZ

TUTOR: LCDO. LUIS CADENA HURTADO.MBA

LECTOR: MSC. CARLOS SANCHEZ VIDAL

BABAHOYO – LOS RIOS

2018



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL**



DEDICATORIA

La concepción de este trabajo de investigación está dedicada principalmente a mis padres, quienes han sido pilares fundamentales en mi vida estudiantil y ahora profesional. Sin ellos, jamás hubiese podido lograr mis metas propuestas. Debido a que día a día se han esforzado por darnos una buena educación a mi hermana y a mí.

Gracias a que su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, ya que jamás me dejaron en este camino como estudiantes, siempre estuvieron junto a mi apoyándome en lo que estaba a su alcance.

Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora.

Los amo con mi vida.

YOSELIN ANGELICA HERRERA MARTINEZ



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo de todos los años de estudio dentro de la Universidad Técnica de Babahoyo. Por esto agradezco a DIOS principalmente por ser el motor guía en cada paso que daba.

A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida formación han sido los consejeros principales creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades. A toda mi familia en general, por haber dado un gran aporte en mi carrera estudiantil; sin ellos muchas cosas no se hubieran podido realizar

A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

YOSELIN ANGELICA HERRERA MARTINEZ



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **YOSELIN ANGÉLICA HERRERA MARTINEZ** portadora de la cédula de ciudadanía **1206227926** en calidad de autor (a) del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en **COMUNICACIÓN SOCIAL** declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

“Revistas impresas y su incidencia en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinces Provincia de Los Ríos”

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

Yoselin Herrera Martínez

YOSELIN ANGÉLICA HERRERA MARTINEZ
CI. 1206227926



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



ANEXO 1 IFPI-CG-03

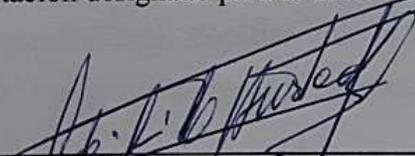
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.

Babahoyo, 16 de Mayo del 2018

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N.-FCJSE-CS-ST0180 con fecha 10 de noviembre del 2018 mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E.-SO-010-RES-005-2017, certifico que el Srta. **YOSELIN ANGÉLICA HERRERA MARTINEZ** ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

TEMA: “Revistas impresas y su incidencia en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinces Provincia de Los Ríos”

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.



LCDO. LUIS CADENA HURTADO, MBA
DOCENTE DE LA FCJS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



ANEXO 2 IFPI-CG-03

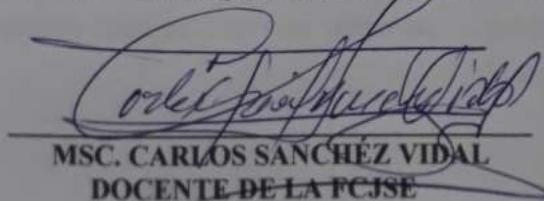
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.

Babahoyo, 18 de Mayo del 2018

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N.-FCJSE-CS-ST0180 con fecha 10 de noviembre del 2018 mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E.-SO-010-RES-005-2017, certifico que el Srta. **YOSELIN ANGÉLICA HERRERA MARTINEZ** ha desarrollado el **Informe Final del Proyecto** de investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas.

TEMA: “Revistas impresas y su incidencia en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinces Provincia de Los Ríos”

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.


MSC. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL
DOCENTE DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



RESUMEN

Los medios de comunicación en la actualidad son una herramienta base para la transmisión de la información por tal motivo la investigación se base en conocer sobre las revistas impresas y su incidencia en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinces. Debido a que desde hace mucho tiempo no existe revistas culturales del cantón por tal motivo se inició esta investigación, la cual tiene como objetivo dar conocer cuáles son los factores de incidencia dentro de la circulación de las revistas.

La cultura es algo tan importante que todo ser humano o conglomerado social debe tener, ya que en los actuales momentos gracias a ella se pueden obtener grandes beneficios para la sociedad, además de ayudar al desarrollo político, social y económico de los pueblos. Por eso es importante que dentro del cantón Vinces, exista una revista que vaya ligada al desarrollo cultural de los lectores.

Para esta investigación se utilizaron varios métodos, pero especialmente la observación y la encuesta fueron los principales, ya que mediante ellos se puedo conocer la realidad de los medios de comunicación y principalmente de las revistas dentro del cantón Vinces. Por medio de las encuestas a dueños de medios de comunicación, periodistas y público lector se pudo conocer la situación problemática.

Palabras claves: desarrollo cultural, revistas impresas, publicidad, medios de comunicación.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE
INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: **TEMA: "Revistas impresas y su incidencia en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinces, provincia de Los Ríos"**

PRESENTADO POR LA SEÑORITA: YOSSELIN ANGÉLICA HERRERA
MARTINEZ

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

8:48

TRIBUNAL:

LCDA. AMADA ZAMBRANO RODRÍGUEZ, MSC
DELEGADO DEL DECANO

ING. DIEGO MERCHÁN LLORE, MSC
DELEGADO DEL COORDINADOR DE CARRERA

ING. JOSELYN ÁNDRADE BAZÁN, MSC
DELEGADO DEL CIDE

AB. ISELA BERRÉZ MOSQUERA
SECRETARIA DE LA FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y
DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación de la Srta. **YOSELIN ANGÉLICA HERRERA MARTINEZ** cuyo tema es **TEMA: "REVISTAS IMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO CULTURAL DE LOS LECTORES DEL CANTÓN VINCES PROVINCIA DE LOS RÍOS"**. Certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de **[8%]**, resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

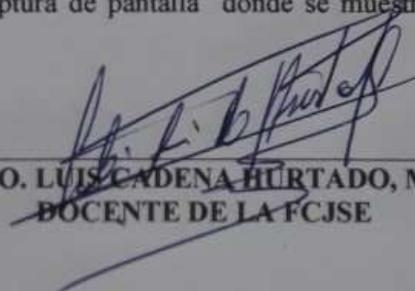
Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 8% de similitud, queda aprobado para su publicación.

URKUND

Documento [para_urkund_yose.docx](#) (D38474023)
Presentado 2018-05-08 22:32 (-05:00)
Presentado por yoselinangelicaherrera@gmail.com
Recibido lucadena.utb@analysis.orkund.com
Mensaje TESIS YOSELIN HERRERA MARTINEZ [Mostrar el mensaje completo](#)

6% de estas 41 páginas, se componen de texto presente en 12 fuentes.

Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.



LCDO. LUIS CADENA HURTADO, MBA
DOCENTE DE LA FCJSE

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	iv
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME_FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	v
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME_FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENCIÓN.....	vi
RESUMEN	vii
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	viii
INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1. Contexto Internacional	3
1.2.2. Contexto Nacional	5
1.2.3. Contexto Local	7
1.2.3. Contexto Institucional	8
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	9
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10

1.4.1. Problema general	10
1.4.2. Subproblemas o Derivados	10
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.6. JUSTIFICACIÓN	12
1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.	13
1.7.1. Objetivo general	13
1.7.2. Objetivo específico	13
CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO O REFRENCIAL	14
2.1. MARCO TEÓRICO.....	14
2.1.1. Marco Conceptual.	14
2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación	39
2.1.2.1. Antecedentes investigativos.....	39
2.1.2.2. Categoria analisis.....	43
2.1.3. Postura teórica	50
2.2. HIPÓTESIS	50
2.2.1. hipótesis general	49
2.2.2. Subhipotesis o derivados	49
2.2.3. Variables.....	50
CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	51
3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN	52
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas	52
3.1.2. Analisis e interpretacion de datos	52

3.2.	CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	67
3.2.1.	Específicas	68
3.2.2.	Generales	68
3.3.	RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	68
3.3.1.	Específicas	68
3.3.2.	Generales	69
CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEÓRICA DE LA APLICACIÓN.....		70
4.1.	PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	70
4.1.1.	Alternativa obtenida.-.....	70
4.1.2.	Alcance de la alternativa.....	70
4.1.3.	Aspectos básicos de la alternativa	71
4.1.3.1.	Antecedentes	71
4.1.3.2.	Justificación	74
4.2.	OBJETIVOS	76
4.2.1.	General	76
4.2.2.	Específicos	76
4.3.	ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA	77
4.3.1.	Título.....	77
4.3.2.	Componentes.....	77
4.4.	RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA	88
	Bibliografía	90

Anexos

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Como califica los contenidos de mayor interes de las revistas	56
Gráfico 2 Como considera a los medios de comunicación en el cantón Vinces	57
Gráfico 3 Como considera su nivel de elctura en una revista informativa.....	58
Gráfico 4 Que relevancia tienen las revistas informativas	59
Gráfico 5 Los factores que provocan la desaparicion de un medio de comunicacion...	60
Gráfico 6 De que forma deberia de ser el contenido de las revistas.....	63
Gráfico 7 Estrategias que realizaria para que el lector consuma su revista.....	64
Gráfico 8 Produciria una revista en el cantón Vinces	65
Gráfico 9 Ha trabajado en lagun medio de comunciacion impreso.....	66
Gráfico 10 El estado de los medios de comunicación actualmente en Vinces.....	67
Gráfico 11 Como califica las publicaciones de las revistas.....	66
Gráfico 12 La publicidad es uno de los factores que incide en la circulacion de las revistas	67
Gráfico 13 Componentes de la investigacion.	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Las revistas Ecuatorianas.....	26
Tabla 2 Analisis de las variables	43
Tabla 3 Sistematizacion de variables.....	51
Tabla 4 Nivel de confianza	53
Tabla 5 Nivel de confianza	54
Tabla 6 Formulacion de recoleccion de datos	56
Tabla 7 Como califica los contenidos de mayor interes de las revistas	56
Tabla 8 Como considera a los medios de comunicaci3n en el cant3n Vinces.....	57
Tabla 9 Como considera su nivel de elctura en una revista informativa	58
Tabla 10 Que relevancia tienen las revistas informativas.....	59
Tabla 11 Los factores que provocan la desaparicion de un medio de comunicacion	60
Tabla 12 De que forma deberia de ser el contenido de las revistas	63
Tabla 13 Estrategias que realizaria para que el lector consuma su revista	64
Tabla 14 Produciria una revista en el cant3n Vinces	63
Tabla 15 Ha trabajado en lagun medio de comunciacion impreso	66
Tabla 16 El estado de los medios de comunicaci3n actualmente en Vinces	67
Tabla 17 Como califica las publicaciones de las revistas.	66
Tabla 18 La publicidad es uno de los factores que incide en la circulacion de las revistas	67

ÍNDICE DE IMÁGEN

Imagen 1 Sitio de la investigacion.....	12
Imagen 2 Evaluacion de las revistas	26
Imagen 3 Portada	79
Imagen 4 Contrportada	80
Imagen 5 Editorial	81
Imagen 6 Indice	82
Imagen 7 Articulos.....	83
Imagen 8 Textos	84
Imagen 9 Ilustraciones	85
Imagen 10 Anuncios publicitarios	86
Imagen 11 Portada de como seria la revista	87
Imagen 12 Contraportada de como seria la revista	88

I.- INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se lo realizo en el Cantón Vinces Provincia de Los Ríos, se basa en el conocimiento de los factores que inciden en el desarrollo cultural de los lectores de revistas del cantón Vinces. Para esto la metodología utilizada es la encuesta la misma que ayudara a la obtención de los resultados, demostrando la factibilidad y viabilidad del problema planteado.

Dentro de este trabajo se lograra incentivar el desarrollo cultural no solo de los lectores, sino de toda la ciudadanía mediante la lectura de las revistas impresas, haciendo que los contenidos de estas vayan enfocados a las costumbres y tradiciones socio-culturales del pueblo. El término medios de comunicación hace referencia a la constante evolución que ha tenido la humanidad al momento de comunicarse, La importancia de estos residen en que posibilitan generar amplios contenidos de información que puedan llegar a varios lugares del planeta en forma inmediata.

Los medios de comunicación abarcan diversos procesos tecnológicos que actualmente son usados para obtener un excelente manejo de la investigación que se está realizando. La prensa escrita es uno de los más importantes medios con mayor periodicidad dentro del ámbito de la comunicación, ya que su iniciación se da gracias a la aparición de la imprenta y los manuscritos. Por otra parte la estética de las revistas tiene que ver mucho con el diseño gráfico, debido a que la imagen que esta muestra conlleva a que el receptor capte el mensaje que se desea transmitir.

El proyecto está estructurado por tres capítulos en donde se explica de manera científica las relaciones que conllevaron al tratamiento de la problemática. El PRIMER capítulo comprende el problema, seguido del marco contextual y sus derivados, los mismos que se justificaran para un mejor desenlace. Dentro del segundo capítulo está compuesto por el marco teórico y los diferentes conceptos que se derivan de las variables basadas en la teoría

de varios autores. Los antecedentes investigativos y la categoría de análisis son de gran importancia dentro de la investigación ya que permiten la deliberación de ciertas dudas existentes al problema.

El tercer capítulo está compuesto por los resultados de la investigación, la formulación de las tabulaciones sobre las encuestas realizadas, y exposición de gráficos demostrando el porcentaje de cada resultado. También se encuentran las conclusiones específicas y generales y las recomendaciones en base a los resultados obtenidos. Originando los componentes para la formulación de la propuesta.

La propuesta teórica de la aplicación se la encuentra ubicada en el cuarto capítulo, mediante la formulación del alcance y la alternativa obtenida, también se formulan los antecedentes de la investigación y se justifica como estará estructurada la propuesta. Se desarrollan el objetivo general y los específicos y por último se ejecutan los componentes del planteamiento de la propuesta, de esta manera se concluye con los resultados de la alternativa.

CAPÍTULO I.-

DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Revistas impresas y su incidencia en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinces, provincia de Los Ríos.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

Los medios de comunicación y el desarrollo cultural constituyen un grupo inseparable desde el punto de vista científico, debido a que generan grandes cambios dentro de la sociedad en la que estos se desenvuelven. Para José Luna (2009) en su informe sobre los medios de comunicación, indica que la relación de la cultura con los medios de comunicación en los actuales momentos es satisfactoria para el ser humano, y es que no hay duda que tanto la televisión y el internet han generado dentro de la sociedad una serie de conocimientos de todo índole, como la manifestación de materias como: la geografía, historia, política, sociología, costumbres, artes, religión, comercio, valores, moral, espectáculos, cine y mucho más.

El sector de las revistas como medio de comunicación es amplio y complejo, gracias a que los profesionales de estos medios tienen en sus manos el deber de implantar una sociedad de información abierta a todo tipo de información sin exclusión alguna, haciendo que la información llegue a todos los pueblos y que sirvan de progreso para la condición humana. Según Rubén Canella (2005) en su propuesta sobre la producción de las revistas científicas,

comenta que estas son creadas como el nuevo conocimiento, ya que toda la información que realizan es pública y son de gran interés social por la variedad de contenidos que se puede encontrar dentro de ellas.

El dominio del duro proceso que lidera el “Editor” de una revista científica es uno de los componentes más sustantivo del intelecto de un país, ya que este cuenta con la capacidad de establecer parámetros dentro de las informaciones, descifrando que contenidos pueden ser de gran utilidad para el medio. Se sostiene que la carencia de éste dentro de las revistas, representa insuficiencia cultural, conocido como una forma de analfabetismo, en un mundo donde la tecnología y la comunicación son tan importantes.

Según Juan Tous Ramírez (2015) en su artículo de revista Interacciones entre comunicación, desarrollo cultura en Colombia afirma lo siguiente:

A “comunicación” y a “desarrollo” me voy a permitir sumar el término “cultura”. No es lo mismo “cultura de la seguridad” (término usado en Colombia para inculcar la necesidad de emplear guardaespaldas o evitar la exposición de la gente a determinados peligros) que “acervo cultural” (que puede ser una colección de CD’s, una biblioteca o el conjunto de manifestaciones culturales que distinguen a una persona o grupo de otros) o que “cultura ciudadana” (sentido de civismo). (pág. 74)

Este autor manifiesta que la comunicación significa cultura, ya que cuenta con todos los parámetros necesarios para que las sociedades progresen a diario, mediante los múltiples factores que está presenta en la difusión de información día a día, mediante los medios de comunicación. Ya que al hablar de cultura se está refiriendo a todo lo que se encuentra dentro de la sociedad, como la forma de vida de cada persona.

La comunicación contribuye a la reflexión de las sociedades en cuanto a su entorno, permitiendo conocer las realidades que atraviesan los pueblos; para de esta manera crear políticas a ejecutarse en un determinado proceso. Siendo una herramienta clave para promover los cambios a nivel político, social, económico y cultural.

Por tal motivo la comunicación es una capacidad asociada a procesos regulares. Para Losada & Tarallo (2014) mediante su informe afirma que “la estrategia de comunicación moderna era principalmente la distribución de información en forma persuasiva a través de medios de alcance masivo que alcanzaba a un público concebido como homogéneo y pasivo” (pág. 9)

1.2.2. Contexto Nacional

En el Ecuador existen varias revistas y periódicos que se enfocan en el desarrollo cultural del país demostrando en sus contenidos la formulación de diversos temas de interés social y la importancia de desenvolver el pensamiento de las personas mediante la práctica de la lectura. Según el diario El telegrafo (2014) señala que se desde muchos al diario se lo ha establecido como el vocero fundamental de lo que podría denominarse “periodismo cultural”, ya que genera informaciones con alto contenido cultural.

Para para el diario EL Universo (2010) en sus publicaciones indica que con la entrada al nuevo milenio, tanto las revistas culturales impresas, como los demás medios de comunicación cobraron fuerza en el país. Debido a que hicieron que sus contenidos sean variados y dirigidos al público en general. Todas las revistas culturales surgieron, según indican sus creadores, por una necesidad de cubrir a mayor escala ramas específicas del arte, como el teatro, la literatura, el cine o el diseño gráfico.

Los medios impresos siguen teniendo impacto en los momentos actuales. En el año 2013 la revista “Rocinate” de la campaña nacional Eugenio Espejo por el libro y la lectura y la

revista “el Búho una revista para lectores” trabajaron de manera constante por mantenerse dentro del mercado nacional, ya que cuidaron todos los detalles de sus contenidos, haciendo que el lector llene sus satisfacción al momento de leer cada sección. Además de hacer partícipe al público mediante las recomendaciones enviadas a los editores de las revistas.

Dentro de los periódicos también han surgido secciones basadas en el desarrollo cultural, haciendo que los lectores se visionen de lo que sucede en el mundo de la cultura desde el punto de vista de la creación literaria. Muchas son las propuestas que ofertan los medios de comunicación impresos sobre los temas de culturas, ya que son básicamente principales dentro de la sociedad.

Para Suing, Arrobo , & Campos (2015) afirman que “la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador (LOC), aprobada en 2013, procura entre otros fines paliar la ausencia de contenidos culturales en los medios de comunicación y cumplir con el derecho a la comunicación” (pág. 117)

Según el Ministerio de Cultura de la Republica del Ecuador (2011) en la publicación de su documento sobre políticas para una revolución cultural manifiesta lo siguiente:

Ahora bien, en la historia cultural ecuatoriana también se registran aspectos que han posibilitado la persistencia del Ecuador como país, a pesar de sus clivajes étnicos, regionales y culturales. Considerando la larga, mediana y corta duración, podemos identificar elementos de cohesión nacional generados a varios niveles. En primer lugar, los generados desde el ámbito estatal: los símbolos patrios, el panteón nacional (héroes, heroínas, personas ilustres) y su ritualidad; la convocatoria y movilización en respuesta a las guerras fronterizas; la identificación generada a través del aparato escolar público (escuelas, universidades); el discurso de integración

reformista-nacionalista; el apoyo al desarrollo del deporte y la promoción de sus íconos, entre otros. (pág. 10)

1.2.3. Contexto Local

El papel que tiene la cultura dentro del territorio Ecuatoriano ha sido reconocido a nivel nacional, ya que sirve como desarrollo para las comunidades actuales, algunos documentos como Buen Vivir, reconocen que la cultura es el bienestar de la sociedad, debido a que se encuentra estructurado por la identidad nacional y el fortalecimiento del multiculturalismo.

En el cantón Vinces actualmente no existen revistas informativas, a pesar de tener un gran fortalecimiento social en el campo de la comunicación. Hace 8 años “la Plena y Nosotros” eran las revistas más representativas dentro de la ciudad, ya que su contenido se originaba en la producción de la cultura local, interviniendo en temas de gran importancia que causaban deleite en los lectores.

Pero con la aparición de las nuevas tecnologías y la implementación del internet estas fueron desapareciendo del mercado. Abriendo paso a la era digital y dejando a un lado las necesidades de los lectores. Esto desvaría un poco el desarrollo cultural, debido a que las personas abandonan fácilmente el hábito de la lectura y pierden poco a poco sus intereses sociales.

Pese a esto nadie ha investigado cual fue el motivo de la desaparición de las Revistas dentro del mercado local, siendo estas un medio de comunicación impreso deberían jugar un papel importante al poner en conocimiento todo lo que acontece en relación al entorno social. Por ese motivo esta investigación servirá de base para futuros comunicadores sociales o personas en general que deseen encabezar medios de comunicación.

1.2.3. Contexto Institucional

Vinces es la ciudad más antigua de la Provincia de Los Ríos, y se encuentra situada en la costa ecuatoriana rodeada por el río del mismo nombre aproximadamente a 100km de la ciudad de Guayaquil. Según el INEC en el último censo de población Vinces está compuesto de 30.241 habitantes.

En los últimos años este cantón ha sido el blanco de críticas en base al desarrollo político, social, y cultural debido a que ha tenido que enfrentar varias circunstancias que lo han colocado como un pueblo inculto y sin lucha de progreso. Sin duda alguna esto ha conllevado a que la situación se convierta en una problemática social, siendo este motivo primordial para el desarrollo del presente proyecto de investigación.

Las revistas como medio de comunicación en la ciudad de Vinces han ido desapareciendo a lo largo del tiempo, son pocos los medios de comunicación impresos que siguen vigente en el Cantón, por ese motivo surgió la problemática del proyecto de investigación. Las revistas la Plena y Nosotras eran las más cotizas dentro de la ciudadanía, debido a que su contenido además de ser noticioso causa deleite en el lector, gracias a que sus dueños se enfocaban en realizar buenos trabajos que a la final traigan como consecuencia la satisfacción del pueblo.

Actualmente solo existen semanarios, en la cual se proyectan informaciones locales, nacionales e internacionales, pero la gran mayoría de estos medios están enfocados en el acontecer social, hasta el momento ninguno de estos periódicos ha logrado encaminarse hacia el desarrollo cultural de los lectores del Cantón Vinces. Dentro de la Universidad Técnica de Babahoyo, esta problemática no ha sido tratada anteriormente por eso no existen antecedentes en base al tema, siendo esta investigación primordial, sirviendo de consulta y de referencia para próximos trabajos investigativos en relación a la problemática establecida.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la vida cotidiana de cada persona, sin importar cuál sea la información que estos brinden, no siempre se encuentran al alcance inmediato ya que estos siempre están en constante evolución y cambio, de todos los medios de comunicación las revistas impresas son las que más han sufrido el impacto de la tecnología en los medios de comunicación.

Las revistas impresas son consideradas como un análisis de los sucesos que han acontecido en el día a día de una sociedad, debido a que sus contenidos varían según al grupo de personas a las que se desee llegar, ofreciendo de esta forma reportajes, entrevistas, entretenimiento y artículos de investigación en donde se destacan los textos científicos promoviendo los conocimientos de un tema en particular.

En el cantón Vinces, hace 8 años existían revistas informativas de circulación mensual, las cuales eran del agrado de muchos lectores, pero que con el transcurrir del tiempo estas fueron disminuyendo, dejando huellas en los leyentes que seguían mensualmente sus publicaciones. Ya que aportaban al desarrollo social y cultural del pueblo mediante importantes contenidos. Se desconoce cuál fue el problema para que estas no sigan dentro del mercado. Actualmente no existen revistas informativas y es por ese motivo que la presente investigación se enfocará en analizar la incidencia que tienen las revistas como medio de comunicación en del desarrollo cultural de los lectores del Cantón Vinces.

Además se pretende, demostrar las razones del porque las revistas no pueden mantenerse en el mercado y cómo impacta en el conocimiento de hechos informativos que interesan o involucran a la ciudadanía de Vinces. Las revistas La Plena y Nosotros son unas de tantas que han ido desapareciendo a lo largo del tiempo. Para los directores de las revistas los medios impresos en los últimos periodos se han adaptado a la era digital, permitiendo el desvanecimiento del papel.

Este tema es importante debido a que la revista es un medio convencional que aún se mantiene vigente dentro de la sociedad al ser consumido por las personas, ya que ofrecen

características que un medio digital no brinda, como el sentido de pertinencia, la capacidad de transportar con facilidad las noticias, además de que no es necesario contar con un servicio de internet, un computador o un moderno celular para acceder a la información, ya que estas llegan a un gran número de personas.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema general

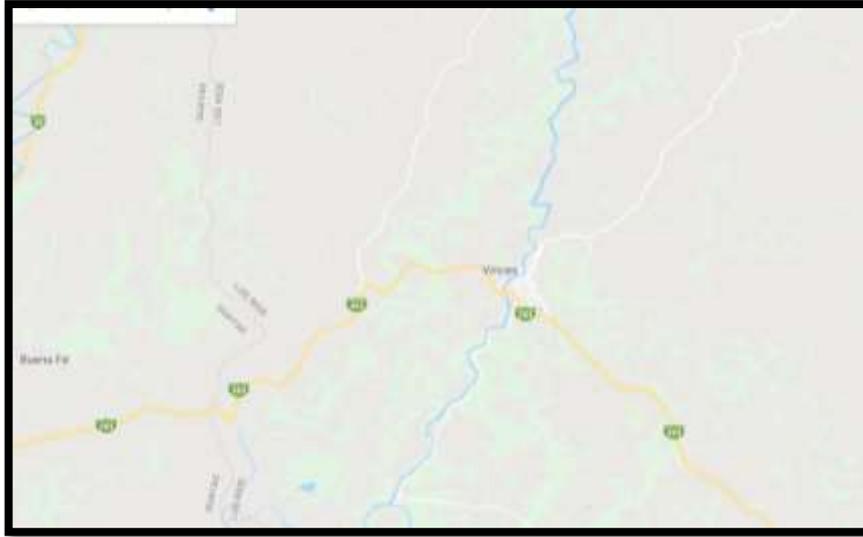
- ¿Qué tipo de factores inciden en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinces provincia de Los Ríos?

1.4.2. Subproblemas o Derivados

- ¿Cuáles son los intereses del lector en base a las revistas impresas?
- ¿Qué tipo de contenidos generan las revistas dentro del cantón Vinces?
- ¿Qué factores inciden al momento de la circulación de las Revistas?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Imagen 1
Sitio de la investigación
Autora: Yoselin Herrera Martínez



La investigación del proyecto se la realizo en el cantón Vinces, Provincia de Los ríos, el cual está ubicado en el norte del mapa territorial y está considerado como el cantón más antiguo de Los Ríos.

Delimitación temporal: año 2017.

Unidades de observación: medios de comunicación, ex directores de revistas, habitantes del cantón Vinces, provincia de Los Ríos.

Delimitación del Objeto de estudio

Área: comunicación

Campo: social

Aspecto: organizacional

1.6. JUSTIFICACIÓN

Las revistas a lo largo de su historia han manejado a la industria de medios por varios años consecutivos, como canales impresos donde contenidos editoriales y publicidad han hecho una mancuerna que motivó la creación de enormes grupos editoriales. En el caso de las revistas impresas, estas generan la preferencia entre los consumidores debido a que un 42.5 por ciento consideró que las puede almacenar, mientras que un 30.2 por ciento dijo que prefiere las revistas en formato digital por el simple hecho de que las puede llevar a todos lados en dispositivos móviles.

El contenido de una revista puede ser para su lector de interés informativo o de entretenimiento, todo depende en de su estilo o propuesta editorial, pero todo esto depende en primera estancia del diseñador y productor de este medio impreso, debido a que este tiene la ardua tarea de que el trabajo que realiza sea de gran aceptación por parte del lector.

Es por ese motivo que el presente tema de investigación se justifica en conocer las incidencias de las revistas impresas en el desarrollo cultural de los lectores, dentro del cantón Vinces debido a la escasez de estas debido a que la revista es un medio de comunicación impreso de carácter periódico en donde se publican noticias de actualidad, por ese motivo es importante que las revistas existan dentro de la sociedad Vinceña, demostrando el impacto que estas causan en la población. .

Esta investigación es importante porque los resultados que arrojen las encuestas servirán de ayuda para aquellos profesionales o empresarios que deseen realizar una revista dentro del cantón, además de dar a conocer la situación de los medios de comunicación dentro de Vinces.

El trabajo será factible porque sus resultados servirán de base para futuras generaciones que se quieran desenvolver en el campo de la comunicación, además de ser original puesto

que nadie, anteriormente ha realizado una investigación de este tipo en el cantón, la cual permite desplegarse en un campo más amplio y a su vez obtener entrevistas de los propietarios de revistas que han circulado dentro del cantón, unido a encuestas a sus potenciales seguidores, en calidad de lectores.

1.7. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

1.7.1. Objetivo general

- Analizar qué tipos de factores inciden en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinces provincia de Los Ríos.

1.7.2. Objetivo específico

- Conocer cuáles son los intereses de los lectores del Cantón Vinces con relación a las revistas impresas.
- Identificar el contenido que generan las revistas impresas en base al desarrollo cultural.
- Establecer una propuesta que permita contrarrestar los factores que inciden en la circulación de revistas dentro del cantón.

CAPÍTULO II.-

MARCO TEÓRICO O REFRENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO.

2.1.1. Marco Conceptual.

Hace diez años atrás las revistas cobraron fuerza en el Ecuador gracias a que surgió la necesidad de demostrar el arte, diseño y contenido que estas pueden generar en una sociedad llena de cultura, basadas en realizar contenidos que ayuden al desarrollo social, político y cultural de un pueblo. Según el portal del diario el Universo en su sección cultura (2010) manifiesta que este tipo de publicaciones son realmente necesarias para la difusión del talento cultural nacional... No todo debe ser farándula y entretenimiento. También hay que procurar que la gente piense, además de consumir. Mientras más publicaciones de temas culturales existan, las personas se interesarán sobre estos temas.

Hoy en día el impacto que ha tenido la tecnología, han generado que los medios de comunicación se visualicen a las nuevas tendencias sociales tecnológicas, y uno de estos casos son las revistas, ya que la era digital ha hecho que algunos medios de comunicación impresos opten por convertirse en digitales, dando mayor facilidad a los lectores. Pero la gran mayoría de público lector, opta por usar los medios convencionales, debido a que son de fácil acceso y no necesitan del internet para poder leerlos.

Estos problemas han generado la necesidad de que los medios impresos realicen contenidos variados y de gran interés social para los lectores, ya que mediante esta estrategia los medios impresos de podrán decaer ante la era digital que vive la sociedad en los actuales momentos.

Medios de comunicación

La comunicación está considerada como institución característica de la sociedad, permitiendo que los medios mediante la información que transmiten promuevan a las personas a que conozcan el mundo en el que se desarrollan y estos a su vez puedan tener una ideología de lo que ocurre en sus alrededores. Los medios se convirtieron en factores imbricados con la realidad social que, sin ellos, resulta ahora impensable.

Los medios de comunicación constituyen actualmente la trama que arma el tejido social. El reconocimiento de su importancia para la sociedad y las personas no es una actitud novedosa. A lo largo del siglo, han ido extendiendo su alcance, perfeccionando su tecnología, ajustando su estructura y acomodando sus contenidos. Ese proceso fue paralelo con el constante incremento del compromiso con la sociedad.

José Antonio Zamora (2003) en su libro “Medios de comunicación: información, espectáculo, manipulación” menciona que los medios constituyen el nuevo universo simbólico en que pensamos, actuamos y sentimos. Ya que estos se encuentran en constante evolución y cambio. Además de que todo pasa por ellos: valores, estilos de vida, información, acción política y educativa. Los medios de comunicación principalmente son los que establecen, las perspectivas y los enfoques en cuanto a la información. En definitiva los mass media son los definidores de realidad, cuando no los creadores de la misma, pues la realidad mediada se identifica con la realidad “natural”.

Para Nuna Jiménez (2009) en su libro *Los medios de comunicación frente a la revolución de la información* afirma que:

La prensa, la radio, el cine y la televisión son hoy una parte casi esencial de la cotidianidad del hombre moderno. Han sido objeto de estudios

numerosos, reciben halagos y oprobios. Pero lo importante a destacar ahora, es que a partir de la definición que se reconoce de Tecnologías de Información y Comunicación, los medios de comunicación son precisamente variadas formas de tales tecnologías, al representar una aplicación de conocimiento destinada a mejorar los procesos comunicativos del hombre. (pág. 8)

Esta autora asegura, que tanto la prensa, la radio, la televisión y el cine están inmersos a diario en la vida del ser humano, y en varias ocasiones han sido objetos de estudio para demostrar que tan real es la información que ellos transmiten a diario. Así se puede demostrar que la comunicación siempre estará dentro de la sociedad.

Fernández García & García Rico (2001) aseguran que los medios de comunicación son de gran importancia, ya que son partícipes de la democracia en el mundo entero, buscando resultados satisfactorios para el ser humano. Se considera que los medios de comunicación clásicos solo pueden ser tres: la radio, la televisión y la prensa escrita, debido a su nivel de formación y conocimientos. No se considera al internet un medio de comunicación, por ser solo fuente de búsqueda e información.

La opinión pública es tan importante dentro de un medio de comunicación porque les permite tener libertad de expresión y a su vez manifestar los problemas que tienen como sociedad y que en ocasiones no son divulgados por los medios. Además estos han sido una manera de influenciar a la población sobre temas políticos ya que su objetivo principal es discernir la información.

Para Gisella Echeverría (2009) en su libro “Evolución de los medios de comunicación” explica que los medios de comunicación son masivos, gracias al alcance que les retribuye la sociedad, además son parte constitutiva de la vida política y la influencia de la vida democrática. Por tal motivo se necesita una legislación con normas claras, para no dejar a los medios a los avatares de las reglas del mercado actual. El resultado del proceso de

centralización y concentración monopólica ha dejado reducidos a dos corporaciones como únicos propietarios de la mayoría de las empresas que operan los medios de comunicación masivos.

Dentro de los medios de comunicación siempre van a existir teorías críticas en cuanto a la formulación de la información, pero esto no significa que sea un medio negativo, siempre y cuando no trate de cambiar las acciones y la forma de pensar de la sociedad. Pero si demostrando contenidos que ayuden al desarrollo social. Según los autores Renó, Martínez, & Campalans, (2014) afirma que “la comunicación, desde una orientación crítica, defiende que esta se convierta en una herramienta para el diálogo y la interacción social, sustentada en el afecto y el conocimiento recíprocos”. (pág. 8)

Para los autores García, Lopez, & Ruiz, (2011) manifiestan que los profesionales y los investigadores de la comunicación social deben asumir un compromiso con la sociedad más allá de un perfil técnico y profesional, para la adquisición de una conciencia crítica sobre las consecuencias de sus actos. Además de asumir una obligación social, la cual sea capaz de desbordar sus compromisos como asalariados de una empresa. Los comunicadores son tratados como agentes sociales, capaces de dar solución a los problemas sociales.

Según García Carbone (2009) en su libro, Escuela, medios de comunicación social y transposiciones afirma que:

Los medios de comunicación también eran agentes de reproducción, porque a través de la variedad y cantidad de sus mensajes, “se tejía” una ideología jerarquizadora de los pilares que sustentaban ese orden además del poder efectivo; la dominación se ejercía a través de la ideología; su eficacia se lograba en tanto los contenidos y las formas impuestas aparecían revestidas de neutralidad. (pág. 27)

Este autor asegura que los medios de comunicación están considerados como agentes reproductores por el desenlace que estos muestran al emitir sus mensajes. Además los medios presentan una ideología neutral, basada solamente en buscar el bien común de la sociedad.

Para José Martínez de Toda Terrero (2006) en su artículo El impacto moral y social de los medios de comunicación social, publicada en la revista Comunicar afirma que:

Los que mandan en los medios de comunicación siempre le dan a sus sentidos preferidos. Pero no hay ninguna garantía de que esos sean los mismos que capta la audiencia. Cada individuo ciertamente crea significados personales propios dentro del contexto de su familia, comunidad, grupo social, y de acuerdo a su nivel de educación, conocimiento y habilidad crítica. (pág. 168)

Este autor manifiesta que los medios de comunicación crean en los individuos significados personales, dentro de su familia o grupo social, generando el conocimiento y la educación a través de los medios, ya que estos tienen la tarea de informar, educar y entretener al público, mediante los contenidos que se presentan a diario.

Según Fernández García & García Rico (2001) en su libro medios de comunicacion, sociedad y educacion, manifiestan que:

Aunque la comunicación no es exclusiva de los seres humanos, gracias a ella es por la que desarrollan las capacidades que le van a diferenciar del resto de los seres vivos. Efectivamente, el hombre despliega su potencial simbólico merced a su poder comunicativo. Y la educación es la que hace posible la ampliación de posibilidades de relación comunicativa, sin ella el ser humano no podría trascender de su naturaleza animal, su capacidad de abstracción no

adquiriría los niveles que han permitido hacerle progresar hasta las cotas que hoy ha alcanzado la humanidad. (pág. 35)

La comunicación no se la caracteriza por ser exclusiva, sino por estar siempre abierta a la sociedad mediante cualquier situación que se presente, sin la comunicación el ser humano no podría desarrollarse en su entorno, ya que esta le da la capacidad de progresar y desarrollarse en un entorno social.

Revistas impresas

Las revistas impresas son un medio de comunicación de experimentación visual, gracias a los elementos diseñados para su estructura y retícula, es un medio sobre el cual trata de distintos temas de interés social, con calidad de reproducción superior a la de un periódico. Según Juan Yunquera Nieto (2016) afirma que “las ediciones impresas pueden desaparecer, como Segunda mano, pero la marca continúa y esto es extensible a todos los productos impresos que están reinventándose en múltiples combinaciones en las que internet siempre es parte integrante”. (pág. 23)

Para el blog de Yes (2015) aseguran que todavía estamos en un periodo de ajuste, en el que podemos disfrutar del papel o de la versión digital, si bien muchas personas aseguran que los medios impresos como tal nunca desaparecerán las versiones digitales cobran cada vez mayor importancia y relevancia, por muchos motivos y principalmente porque permiten que la información quede guardada en un registro digital al cual se puede acceder en cualquier momento.

Según el sitio web Aurigam (2012) menciona que las revistas que se encuentran en la actualidad y que mantienen una rentabilidad seguramente serán las que decidan propagarse hacia la era digital, mientras usan una edición impresa más reducida como brand anchor, la

cual atrae los lectores desde la portada de la revista hacia la revista en línea y construir su audiencia de lectores a partir de ahí.

Rafael Miralles Lucena (2006) en su artículo: la prensa escrita ante el desafío de los nuevos medios manifiesta que :

“Gracias a la prensa escrita nos enteramos, por ejemplo, de los distintos escándalos de corrupción política o de la responsabilidad de los aparatos del estado en los crímenes del Gal. No es que el periódico sea más intelectual que televisión, sino que el hecho de leer en sentido estricto es más que presenciar una sucesión de imágenes”. (pág. 7)

Sobre las revistas Ayestarán Crespo & Reyes Crespo (2009) en su informe: Revistas femeninas ante la transición digital: su expansión de marca como base del modelo de financiación de sus grupos editoriales en España mencionan lo siguiente:

Por otra parte, el sector revistas representa un medio publicitario de especial interés por su recorrido, inversión y características. Viene ocupando un lugar relevante en las planificaciones de medios, de cientos de marcas y representan una de las opciones más clásicas para multitud de grandes anunciantes. Estos factores justifican sobradamente su estudio, sin embargo, el momento actual ofrece un elemento de beneficio especialmente interesante: su evolución hacia otros canales gracias a su concepción como marca. (pág. 11)

Estos dos autores manifiestan, que las revistas principalmente son un medio publicitario por las características que la acompañan. En los medios las revistas ocupan un lugar bastante

elevado, ya que estas permiten la publicación de cientos de marcas, dentro de sus contenidos, generando de esta manera un poderoso marketing social.

Gonzalez & Merlo Vega (2003) en su artículo: Las revistas electronicas: características fuentes de informacion y medios de acceso afirman que:

La identificación y/o localización de publicaciones periódicas puede realizarse por diferentes medios o a través de recursos diversos. Las fuentes de información sobre revistas ayudarán a conocer qué publicaciones edita una determinada editorial, qué publicaciones existen sobre una materia concreta, qué bibliotecas disponen de un título determinado y cuál es su estado de la colección, es decir, los ejemplares que poseen de dicha revista, además de otros datos como el año inicial de publicación, periodicidad, etc. En este apartado se comentaron las principales fuentes de información sobre revistas, tanto impresas como electrónicas, a partir de las cuales se podrá disponer de datos sobre las mismas. (pág. 5)

Según Luis Muñiz (2017) en la publicación de su sitio web comenta que la periodicidad de las revistas es muy importante ya que sus títulos sorprenden casi siempre al consumidor. Por lo tanto las revistas impresas, como medio de comunicación son las que mejor se adaptan al ser humano por su gran nivel de composición de contenidos. Su objetivo radica en tratar de al lector de una manera interesa y a la vez satisfacer sus necesidades.

La divulgación de sus contenidos es otra principal que tiene las revistas, ya que siempre están adaptadas a noticias sobre modas, belleza, viajes, gastronomía, estilos de vida, deportes, salud, etc. Por tal motivo las revistas impresas son importantes dentro de la sociedad, y al entrar en la era digital su gran aceptación en el público lector irían decayendo, ya que para mucho es complicado acceder a las páginas digitales.

Luz Rico Castro (2011) en su trabajo investigativo: La revista que suena: hacia una propuesta de línea editorial en el medio digital afirman que:

Las revistas impresas están conformadas por una portada, una carátula. En ella, la imagen es fundamental. Puede ser una foto o una composición de otro tipo. En el interior de una revista generalmente se encuentra el editorial, que es un artículo periodístico donde el editor toma posición frente a la publicación. La mayoría de revistas tienen definidas unas secciones que se respetan durante los diferentes números. Como se ha expresado anteriormente, la imagen es un aspecto importante; por esa razón, existen los fotógrafos, diseñadores y diagramadores, que le dan la imagen e identidad a la publicación con el referente visual. (pág. 40)

Las revistas en el Ecuador

Según Andrés Carrión (2012) menciona que antes de la invención de la imprenta, la información se transmitía a las personas mediante cartas o por vía oral, como por ejemplo con los juglares y trovadores. Gutenberg está considerado como el padre de la imprenta ya que revolucionó la forma de transmitir información a las sociedades a través de los medios de comunicación impresos.

Que hoy en día siguen estando vigentes en la sociedad. Los diarios en el Ecuador tienen 2 etapas: la primera etapa en la cual aparecen diarios de muy corta duración, y la segunda la época de los de largo alcance y duración. En el año de 1729, aparece el primer periódico del País con el nombre de “Primicias de la cultura de Quito”, bajo la redacción y dirección del reconocido Francisco Javier Eugenio de Santa Cruz y Espejo.

En Ecuador actualmente circulan 22 revistas las cuales contienen reportajes y noticias de actualidad, a diferencia de los periódicos es que las revistas se adentran más al tema y su

diseño y calidad del papel en el que se publica es mayor a la de los periódicos. Cabe recalcar que no tienen una periodicidad diaria como los diarios, algunas se publican semana a semana, o mes a mes respectivamente.

Los medios de comunicación Ecuatorianos actualmente se encuentran en un proceso de evolución y cambio de la información. Evolución que está transformando al mundo mediante la adaptación de las nuevas tecnologías de la información. Esta comparación es sencillamente engañosa porque trata que el mundo se imagine la información de una manera errónea, determinando que las culturas se vuelvan lejanas, lo cual no favorecería a los medios de comunicación en el entorno en el que este se maneja. Principalmente la cultura es el componente principal de la sociedad y de los medios de comunicación.

Dentro de Ecuador existen variedades de revistas que aún se encuentran en vigencia, y están siendo consumidas por una gran parte de la población a nivel nacional. Ya que sus contenidos son de gran interés social y ayudan al desarrollo cultural del País. La mayoría de las revistas más famosas de Ecuador contienen noticias de farándula nacional e internacional como es el caso de la revista “La Onda”, “Xona.ec”, “Generación 21”, entre otras. De igual forma por el país circulan revistas con énfasis en temas de hogar, salud, moda, social, política, etc. Como la revista “Hogar”, “Vistazo”, “Cosas”. O revistas netamente deportivas como es el caso de “Estadio” o “Fultoltown.com”.

Revista “Vistazo”

Fundada en junio de 1957, Vistazo es la primera revista del Ecuador, lleva en el mercado 50 años de circulación, ejerciendo un periodismo veraz, pluralista y frontal que la han convertido en el medio de comunicación al que acuden los ecuatorianos cada quincena para obtener información y análisis acerca de los temas de mayor interés sobre nuestro país y el mundo. Cuentan con 10 editores y 9 reporteros, cada uno de ellos responsables de cada sección de la revista. Sus oficinas se encuentran en las ciudades de Quito y Guayaquil.

Revista “Generación 21”

Esta revista netamente juvenil nace en el mes de abril de 1994, con la misión de suministrar a los jóvenes del Ecuador la noticia de farándula, música, tecnología y problemática juvenil más actualizada. Generación21 pertenece a Editorial Vistazo cuyo presidente y fundador es Xavier Alvarado Roca. Los directores son Rodrigo Bustamante Granda, Francisco Alvarado Roca, Rosa Amelia Alvarado Roca y Xavier Alvarado Robles, vicepresidentes de la editorial.

Revista “Mariela”

Su estructura se basa en temas sociales, de moda, actualidad, nutrición, etiqueta, economía, farándula, farándula internacional, reportajes, etc. Está dirigida a un público específico que van desde los años en adelante. Está compuesta en un formato de 180 páginas todas impresas a color y está dirigida por Mariela Viteri, quien lleva en los medios de comunicación desde hace varios años. Sus contenidos han generado un gran impacto en la sociedad Ecuatoriana, por tal motivo aún se encuentra en vigencia.

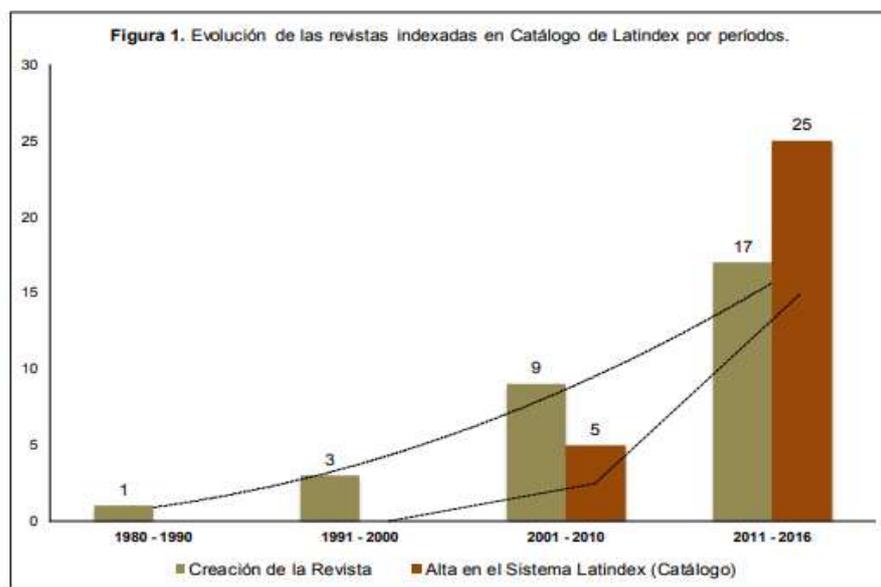
Revista “Hogar”

Revista de carácter femenino, distribuida en Ecuador desde 1964, está considerada como una revista integral debido a la formación que tienen sus contenidos y su investigación. Es de publicación mensual y ha sido líder a lo largo de la historia, ya que lleva 45 años dentro del mercado de la comunicación, y fue inspirada por Ros Amelia Alvarado. Hogar es la tercera revista en el Ecuador que ejerce un periodismo veraz, pluralista y feminista.

Tabla 1
Las revistas Ecuatorianas
Autora Yoselin Herrera Martínez

LAS REVISTA ECUATORIANAS	
Bg Magazine – Cuenca	La Onda – Guayaquil
Ciudadanía – Quito	Latinweb – Quito
Cosas – Ecuador	Match Point – Guayaquil
Dinediciones – Guayaquil – Quito	Pcworld – Ecuador
Dolcevita – Quito – Guayaquil	Prensa Turística – Guayaquil
El Contador – Quito	Revista Avance – Cuenca
Estadio – Guayaquil	Revista Ecuador Infinito – Quito
Hogar – Guayaquil	Si o si – Quito
La Cometa – Quito	Trama – Quito
Acelerando – Quito	Xona.ec – Quito
Bg Magazine – Cuenca	La Onda – Guayaquil

Imagen 2
Evolución de las revistas
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Recuperado de: <https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/377>

Características de las revistas impresas

Las revistas, impresas son utilizadas en su gran mayoría como componentes visuales, ya que sus contenidos representan un sinnúmero de atracciones al lector, mediante los elementos diseñados por su estructura. En la actualidad son muy amplios los diseños de las revistas impresas, ya que pueden ir desde simple hasta lo extravagante, permitiendo que la generación del diseño y las tipografías permitan la edición de las imágenes y sus contenidos.

Las revistas impresas se las caracteriza de la siguiente manera:

Capacidad de segmentación: Las revistas atraen a un público muy selecto, todo depende del género de la misma, debido a que las personas que compran revistas lo hacen con un propósito y buscan información sobre determinado tema (político, social, económico, entretenimiento, etc.) Las revistas seleccionan su propio público y por otro lado las personas seleccionan las revistas de acuerdo a sus intereses.

Permanencia: Las revistas pueden ser semanales, quincenales, mensuales o por periodos más largos; pero su vigencia va hasta que el lector lo decida. Hombres mujeres y niños no desechan las revistas de la misma forma que otros medios, en la mayoría de los casos las revistas son conservadas, las razones son innumerables. Algunas de ellas son: porque cuentan con un contenido editorial serio y resumido, registran acontecimientos importantes e irrelevantes, etc.

Se destina más tiempo a las revistas: El lector dedica más tiempo en leer revistas que estar en otros medios. Se genera una lectura más tranquila y detallada del contenido, sumado a esto el lector puede decidir el momento el tiempo y el lugar de lectura

Tipos de revistas

La revista como medio de comunicación gráfica suelen ser de carácter semestral, quincenal y mensual. Dependiendo de la magnitud de información existen varios tipos de revistas con diferentes contenidos. Y para todo tipo de público, esto se da mediante el estudio de marketing que realiza cada editor del medio impreso, con la única finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor, en este caso del lector.

Revistas informativas

Estas revistas lo que buscan es dar a conocer una información determinada de cualquier contexto social. Aportando objetivos, intereses y conclusiones tangibles, transmitiendo de esta forma la buena cultura, la imagen pública y los valores. Son de gran interés del lector ya que tienen un análisis profundo sobre temas generales y su contenido las hace de gran interés social. Además este tipo de revistas están consideradas como el vehículo más completo de la información.

Revistas de divulgación científica

Se encarga de informar los acontecimientos, avances, investigaciones y descubrimientos que realiza la ciencia mediante algún fin en específico, las revistas de divulgación son optadas en ocasiones para la búsqueda de información. La información sustraída de esta pasa por un filtro en el que solo se publica lo que se considere apropiado para el lector. El comunicador que se dedica a la realización de este tipo de revistas debe saber que la divulgación de la ciencia es tan importante como la del científico realizando nuevos descubrimientos ya que estos necesitan de la difusión para que puedan llegar al público determinado.

Revistas de ocio

Suelen ser de entretenimiento, pero generalmente estas se desprenden de las revistas informativas, las cuales tienen el deber de entretener a la sociedad mediante un tema determinado. Estas revistas también se las conoce como de entretenimiento debido a que está determinada por anuncios publicitarios que tienen como fin entretener a sus lectores. Actualmente existen una variedad de revistas de ocio dedicadas a la farándula, deportes, música, viajes y tips de belleza.

Revistas online

Son de la era digital, para poder obtenerlas el lector necesita de un servidor de internet y en la mayoría de los casos suscribirse a las publicaciones de estas. Son de carácter periódico y su información es de rápida difusión mediante canales electrónicos, son de fácil acceso y pueden ser manipuladas constantemente, debido a que sus publicaciones se encuentran guardadas.

Revistas especializadas

Este tipo de revistas varía en su contenido debido a que se refiere a un solo tema como son: salud, cocina, moda, video juegos entre otros, están destinadas a un público específico en cual trabaje en estas disciplinas. Generalmente no son de carácter masivo. La principal diferencia entre una revista especializada y una revista que está diseñada para el público en general, es que los artículos de una revista especializada presuponen un conocimiento previo en un campo particular.

La publicidad en las revistas

Debido a la importancia creciente del fenómeno publicitario (tanto desde el punto de vista económico como social y cultural), desde la segunda mitad del siglo XIX comenzaron a aparecer los primeros manuales y las primeras revistas profesionales, aunque muy pocos estudios académicos críticos. A comienzos del XX ya se publicaban diferentes revistas publicitarias profesionales, como las norteamericanas.

Para Beatriz Soto (2012) en su sitio web, comenta que los anunciantes pueden comunicarse con el público mediante una forma positiva y con un costo muy parecido al de la publicidad en la prensa, que viene determinado por la revista en la que se quiera anunciar y que se puede en todo caso negociar, ya que principalmente los costos en las revistas son un poco caros. La revista tiene una buena calidad de impresión, audiencia fiel e interesada y un buen impacto dentro de la sociedad.

Además las publicaciones tienen contenidos de interés social, y casi siempre resulta agradable leerlas. La publicidad de las revistas se basa en el gráfico de mayor calidad de nivel, las características que hacen que esto ocurra es el crecimiento del medio de comunicación social, haciendo que esta publicidad genere incremento en las ventas de las revistas como tal

Y es que la publicidad y su magia siempre han estado presentes en la sociedad, debido a su gran influencia de consumo, en los diferentes escenarios en los que esta se ha encontrado, ya sea al momento de comprar o establecer un producto, satisfaciendo los deseos, necesidades y la propia realidad. De esta manera los publicistas tratan de convencer a la sociedad, sobre lo que estaría bien para ellos. Dentro de las revistas la publicidad es esencial, ya que sin ella no habría manera alguna de distribuir el medio y provocar el consumo del mismo.

Las ventajas que tiene la publicidad dentro de las revistas son: la mayor calidad de la impresión de los anuncios y una mejor segmentación del público, además de tener un nivel de autoridad

importante dentro del mercado en el que se desenvuelvan. Una de las desventajas que generan este tipo de publicidades es que no existe una buena segmentación geográfica y en ocasiones las revistas se encuentran saturadas de anuncios importantes. Los tipos de publicidad que se originan dentro de las revistas son: anuncios, contraportadas, solapas, interior de la portada, regalos promocionales, entre otros.

La publicidad se ha asentado silenciosamente en la vida del ser humano, ya que surge como una necesidad externa de vender y generar ingresos tanto para el como para los medios de comunicación social, quienes son los que más la utilizan hoy en día. Nos ha vendido su imprescindible misión informativa en una sociedad que requiere estar informada, su radical belleza en un mundo de las formas, su ética profesional consumista en un entorno materialista.. (Revista Comunicar , 1995, pág. 8)

Javier Wilson (2017) menciona que la publicidad oficial debe ser entendida como un canal de comunicación entre el Estado y la población, gracias a sus importantes componentes dentro del medio. Su propósito es: tratar de difundir las políticas, programas, servicios e iniciativas gubernamentales; promover el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de los deberes de los ciudadanos; incidir en el comportamiento social y estimular la participación de la sociedad civil en la vida pública y, en general, informar sobre cualquier hecho que sea de relevancia pública. Dando soluciones y formando estrategias que permitan buscar y generar el bien común de la sociedad.

La publicidad es una realidad omnipresente. Se la encuentra en periódicos, revistas, radio, televisión, calles y carreteras; mirando hacia las azoteas de los edificios y en sus paredes laterales; en comercios, estaciones de transporte y en los mismos vehículos; en ciudades y centros turísticos. Es prácticamente imposible escapar de ella: persigue en forma incesante y llega muchas veces de las formas más inesperadas. Pero siempre llega. (Guinsberg, 2010, pág. 11)

Barcala & Matilla, (2006) indican que la comunicación publicitaria es, cada vez más, un tipo de comunicación persuasiva, por la forma en que llega al consumidor; su finalidad

consiste en informar sobre los productos o servicios del mercado en general, como en influir en los individuos para que cambien sus formas de pensar, sentir y actuar con respecto a un objeto dado: una marca, un país, un político, una institución. Pero a fondo la publicidad lo que quiere es generar competencia y progreso dentro de cada estado social

Según Martín García (2004) en su libro *La Publicidad* menciona que:

La publicidad es ante todo un acto de comunicación, una manera de dirigirse al público, "sin difusión no se puede hablar de publicidad" 26 , empleando para ello, cualquier forma, siendo irrelevante el medio que se utilice : oral, escrito, sonidos, gráficos, etc. "Se trata de una actividad dirigida por su propia definición al público, potencial adquirente del producto anunciado", que utiliza todos los medios de difusión existentes, "tanto los tradicionales de la Prensa, Radio o Televisión, como los que ella misma hace nacer"(pág.24)

Sobre la publicidad en Internet Roman Gonzales & Martínez del Río (2004) comentan que parecía ser el sueño de los publicistas las estrategias de venta, debido a la exactitud de su mensurabilidad; sin embargo, consideran que los resultados de este tipo de publicidad son medidos, por la manera en que se han venido haciendo hasta ahora, ya que son inadecuados y llevan a conclusiones equivocadas, haciendo que la gente no observe los banners cada vez con menos frecuencia y en este tipo de mediciones se desprecian todos los efectos de la publicidad que no sean inmediatos.

La publicidad es una manera de comunicación. Pero para las empresas es considerada como herramienta fundamental que consigue el éxito los consumidores no están al tanto de lo que las empresas ofrecen por tal motivo, buscan a la publicidad para vender sus productos. Ya que la competencia dentro del mercado es bastante fuerte.

Eduard Farran Teixidó (2006) en su libro ¿Cómo pensar ideas creativas en publicidad? manifiesta que:

La publicidad nace con la necesidad de destacar un producto por encima de los de la competencia desde el día que hubo alguien que colocó una marca en un ánfora de barro para dejar claro que aquella ánfora la hacía él y no el de la tienda del lado. Y eso implica ser creativo. Buscar las mejores ideas para una mejor comunicación. Es cierto que muchas agencias se centran más en dar servicio y producen ideas que no asustan al cliente porque no arriesgan. Bien, ellos sabrán qué hacen, pero no irán muy lejos. Irán tirando e irán cambiando de clientes. (pág. 105)

Erickson (2001) en su libro: la publicidad manifiesta lo siguiente:

“La publicidad tiene como objetivo influir en el comportamiento del público para que compre un producto, contrate un servicio o realice determinada acción. Este comportamiento ha sido estudiado fundamentalmente por psicólogos, sociólogos y antropólogos, en un esfuerzo conjunto por desentrañar la complicada madeja de las motivaciones”. (pág. 5)

Para este autor la publicidad tiene como objetivo principal influir en el comportamiento del ser humano, mediante el nivel de persuasión que esta utilice, ya que se considera que la publicidad en los actuales momentos ocupa un campo importante dentro de la sociedad por su nivel de motivación al momento de brindar cualquier producto o servicio. La publicidad es importante en los medios de comunicación debido a que por ella se puede lograr una concentración mayor de receptores.

Desarrollo cultural

Rafaela Macías Reyes (2010) en su publicación *Factores culturales y desarrollo cultural comunitario* manifiesta que:

El término de cultura admite dos grandes familias de acepciones: las que se refieren a la acción o proceso de cultivar (donde caben significados tales como formación, educación, “paideia”, “cultura animi” entre otras); y las que se refieren al estado de lo que ha sido cultivado, que pueden ser, según los casos, estados subjetivos (tales como buen gusto, hábitos o maneras distinguidas, modelos de comportamientos, acervo de conocimientos, Estilos de vida, “ethos cultural” en el sentido de Bordieu; estados objetivos, cuando culturales, de “cultura objetiva”, de cultura material. se habla de “patrimonio” artístico cultural, de herencia o de capital cultural, de instituciones. (pág. 9)

Para este autor la cultura va más allá de una simple tradición, la cultura se basa en la identidad que tiene un pueblo, una región, un País. Y se establece en la sociedad mediante el diario vivir del ser humano, todo lo que se encuentra en su alrededor es cultura. Hoy en día esta inmensa en todos los aspectos cotidianos de la vida, gracias a su gran desarrollo en las ciencias sociales.

El poder de los factores culturales incide a la transformación de los pueblos mediante fundamentos materiales, espirituales de la vida humana. El panorama del mundo ha cambiado significativamente lo que hace valorar los factores culturales. La Unesco (2016) asegura que garantiza que el papel de la cultura se tenga en cuenta en la mayoría de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), incluidos aquellos que se centran en la educación de calidad, las ciudades sostenibles, el medio ambiente, el crecimiento económico, las pautas de consumo y producción sostenibles, las sociedades inclusivas y pacíficas, la igualdad entre géneros y la seguridad alimentaria.

Sobre el desarrollo cultural Raul Romero Cevallos (2005) en su libro ¿Cultura y Desarrollo? ¿Desarrollo y Cultura? menciona que :

La cultura no es, por lo general, tomada en cuenta por los especialistas en desarrollo. Esta es una situación que se repite en casi todo el orbe y también en el Perú. Los proyectos de desarrollo se diseñan y ejecutan sin considerar los factores culturales de cada comunidad, por lo que se asume que si un modelo funciona bien en un lugar, debe suceder lo mismo en otro. La definición de desarrollo como crecimiento económico, sin considerar otros factores, sigue dominando en la práctica de los especialistas, y en los organismos gubernamentales y no gubernamentales, que son los encargados de implementarlo en el país. (pág. 12)

El desarrollo se ha convertido en cultura. Este autor manifiesta que los proyectos se ejecutan sin conocer el ámbito cultural en el que se van a manejar, lo cual ha generado diversos problemas en la actualidad. Además definen al desarrollo como crecimiento económico de cada sociedad.

La comunicación para el desarrollo Pupo Vázquez & Velázquez Ló (2016) en su libro Desarrollo cultural y partidos políticos aseguran lo siguiente:

Que todavía no es comprendida como una ciencia social, debido al uso de aparatos tecnológicos y una serie de instrumentos manuales, en donde lo último que se piensan son las características socioculturales de la población. La cultura como conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos dados como resultados del conjunto de relaciones humanas, que caracterizan a una sociedad o grupo social en sentido identitario. Un periodo determinado engloba además, modo vida, ceremonias, arte invenciones, tecnologías, sistemas de valores, tradiciones y obras que trascienden por tener. (pág. 1)

Para este autor la cultura no está comprendida como una ciencia social, ya que lo único que se piensa hoy en día es en los avances tecnológicos que tare la nueva era. La cultura está conformada en si por las relaciones humanas, las cuales son características de la sociedad.

Según Cesar Ulloa Tapia (2017) sobre Comunicación, cultura y Desarrollo. Ecuador afirma que:

La existencia de múltiples lenguajes y -dentro de éstos las infinitas variantes en significados y significantes nos permiten entender la cultura y la comunicación como fuentes inagotables de producción social, en constante evolución y de continuo aprendizaje. En nuestro país hay varias maneras de denominar al mismo objeto y sus estados. O sea de nombrar, hablar y musicalizar el concepto. (pág. 17)

Según cita este autor la creación y mestizajes de códigos se los considera también como desarrollo cultural, ya que la comunicación es una fuente interminable de producción social en donde se establecen parámetros para el desarrollo sostenible de un pueblo. Logrando que este muestre su propia identidad mediante los distintos escenarios que presentan los medios de comunicación.

La cultura, para una buena parte de la tradición antropológica, está constituida por el conjunto de ideas, destrezas, valores, creencias, lenguajes y actitudes susceptible de ser adquirido mediante imitación, enseñanza y otras formas de aprendizaje social indirecto como, por ejemplo, la facilitación social de la atención hacia determinadas acciones u objetos. La cultura es información que se transmite y que condiciona la conducta que desarrollan los individuos.

Para Raúl Barrera Luna (2013) en su ensayo El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales

En el devenir del tiempo, la palabra “cultura” ha tenido una presencia común y usual en los medios actuales de difusión de información: televisión, radio... e inclusive en escuelas e institutos. Es un término por si mismo extraño, distante a la vez que familiar. Y es que estamos ante una palabra, un concepto – el de cultura – que ha impregnado buena parte de las mentes de hoy para referirse a “aquello intangible” que define un grupo, usualmente extraño y diferente – el “nosotros” y el “otro” – para las masas de los espectadores, oyentes y demás categorías que se quiera encontrar. (pág. 2)

Lerner, Erik Rish (2005) en su investigación. El valor de la cultura en los procesos de desarrollo urbano sustentable manifiesta que:

La cultura también promueve el desarrollo de ciertas herramientas que son indispensables para el crecimiento económico, en este sentido posee un valor instrumental, tal como lo es la educación. Del mismo modo establece una relación con otro tipo de objetivos, como la conservación del medio ambiente, la regeneración urbana, la estimulación de la creatividad, la preservación de los valores comunitarios y la protección de las instituciones civiles. (pág. 10)

Según Jorge Barreto Xavier (2013) en la publicación en la sección opinión del diario El País, indica que hoy en día la Cultura contribuye de manera significativa a la sociedad mediante la economía de la creatividad y del conocimiento. Una economía basada en contenidos digitales, medios de comunicación, libros y estrategias comunicacionales. Dando a conocer lo que representa la economía de la cultura en la sociedad.

La lectura como desarrollo cultural de un pueblo.

Desde su aparición sobre la Tierra el hombre vive en un entorno; él mismo es parte de ese entorno que lo configura en cuanto a hombre. De ese medio ambiente recibe estímulos, mensajes, informaciones, etc., a los que reacciona modificando su comportamiento en función de lo que ha recibido hasta el punto de actuar y cambiar eventualmente ese entorno.

Leer y lectura, verbo y sustantivo, en la dimensión conceptual, pueden entenderse de una manera simplificada o compleja, no sin consecuencias. Universalizar concepciones sobre la lectura, basadas en el acto de decodificación y comprensión, implica reducirla a un solo aspecto y soslayar su complejidad, pues al sustraerla de las condiciones subjetivas, culturales, sociales e históricas contenidas en las representaciones y prácticas sociales de lectura de los diversos objetos escritos.

Víctor Moreno Bayona, (2009) en su libro *Lectura de prensa y desarrollo de la competencia lectora* menciona lo siguiente:

Ante todo y sobre todo, el periódico es un artefacto lingüístico hecho de palabras, de semántica y de sintaxis, de una específica retórica comunicacional, que contempla unos narradores, unas miradas sobre la realidad, también específicas con sus características especiales. Toda la tipología textual posible se da cita en él: textos narrativos, descriptivos, expositivos, argumentativos, instructivos y, en ocasiones, poéticos. (pág. 12)

Dentro de la sociedad de la comunicación, la lectura tiene un papel clave para convertir la información en conocimiento y esto es fundamental para el desarrollo del país. La cantidad de datos producidos actualmente es inconmensurable y el acceso crítico y responsable a los mismos solamente se puede lograr con las habilidades lectoras bien

desarrolladas. La lectura, en definitiva, es crucial para tomar la palabra y perfilar nuevos horizontes de participación ciudadana en la construcción de una sociedad más justa.

Según José Manuel Pérez Tornero (2017) explica que en consecuencia, se hace más evidente que nunca que la lectura es un fenómeno amplio que abarca diversos signos y textos, y que no debe limitarse, de ningún modo, a la interpretación del alfabeto clásico. En sentido extenso, para referirse a los múltiples lenguajes, signos, textos y medios que leemos, se emplea ya el concepto de lectura múltiple y plural, y de alfabetización mediática e informacional.

La lectura es un instrumento potentísimo de aprendizaje; leyendo libros, periódicos o papeles podemos aprender cualquiera de las disciplinas del saber humano. Pero además de la adquisición del código escrito implica el desarrollo de capacidades cognitivas superiores: la reflexión, el espíritu crítico, la conciencia, etc. Quien aprende a leer eficientemente y lo hace con constancia desarrolla, en parte, su pensamiento.

Sergio Aro Alcaraz (2014) asegura que no es necesario decir que tan importante son los libros, basta con investigar un poco para darnos cuenta de que toda religión está fundamentada en uno, que los grandes movimientos sociales se han dado a partir de un documento escrito. El libro es definitivamente el invento más valioso de la humanidad. Los libros han demostrado a lo largo de la historia que son el pilar más importante de la cultura humana. La lectura es un proceso cognoscitivo que consiste en la interpretación de signos gráficos por medio de recreaciones mentales que permiten ver lo que no está presente, es decir imaginar una realidad.

La lectura es una capacidad humana que permite la interpretación de signos escritos significado vinculado a los mismos. Estos signos son trazos sin asociación icónica referente, por lo que requiere un esfuerzo importante de la persona en el aprendizaje. Con un con el esta capacidad humana tiene una enorme trascendencia para el desarrollo personal. La producción de textos ha crecido de forma exponencial en los últimos años, debido a las

facilidades de publicación y difusión que permiten las tecnologías de información y comunicación.

2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación

2.1.2.1. Antecedentes investigativos

Los medios de comunicación, las nuevas comunicaciones y los sistemas multimedia siguen transmitiendo imágenes estereotipadas de los papeles de hombres y mujeres como trabajadores o cuidadoras, activos o a cargo, productivos o no productivos. También influye el uso del lenguaje que de forma directa o indirecta establece diferencias entre los sexos. Los principales medios de comunicación en la actualidad son: el periódico, los libros, el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión e internet.

La comunicación es muy importante en la vida de los seres humanos, a lo largo de la historia de la humanidad el hombre ha creado diversos medios de comunicación, los cuales son muy variados y útiles. Con los avances tecnológicos se ha logrado contar con sistemas de comunicación más eficaces, de mayor alcance, más potentes y prácticos. Hoy en día, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

Los conocimientos que adquiere un alumno, le llegan a través de la lectura, por lo tanto es una realidad constante que mediante el proceso de enseñanza aprendizaje desde la educación básica hasta los estudios universitarios, se necesita leer una variedad de textos para apropiarse de diferentes conocimientos, pero la importancia del hecho no solo radica en el contenido, sino en el estilo y el propósito del acto de leer como tal. Luego de haber indagado sobre investigaciones anteriormente realizadas sobre la lectura crítica se comprobó

que no existían proyectos similares; por lo tanto la presente investigación sirve de gran ayuda para la formación y rendimiento académico de los estudiantes.

Los conocimientos que adquiere un alumno, le llegan a través de la lectura, por lo tanto es una realidad constante que mediante el proceso de enseñanza aprendizaje desde la educación básica hasta los estudios universitarios, se necesita leer una variedad de textos para apropiarse de diferentes conocimientos, pero la importancia del hecho no solo radica en el contenido, sino en el estilo y el propósito del acto de leer como tal.

La industria de la cultura, y los medios de comunicación son transmisores de ideas y de opiniones, con frecuencia no ofrecen imágenes equilibradas de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad y sin embargo son elementos clave para romper los estereotipos tradicionales que afectan a las mujeres.

El presente trabajo del proyecto de investigación pretende conocer como las revistas impresas inciden en el desarrollo cultural de los lectores del Cantón Vinces. Para esto se ha tomado investigaciones similares realizadas en varias instituciones del Ecuador y del mundo, las cuales sirven como guía para el trabajo de investigación.

Rosemary Duarte Cunha (2013) desarrollo la tesis doctoral en el año 2012 en la Universidad de Alcalá de Madrid con el tema: la enseñanza de la lectura y su repercusión en el desarrollo del comportamiento del lector, teniendo como objetivo Conocer las prácticas de lectura desarrolladas por los profesores a la construcción de un comportamiento lector en los alumnos del 1° Ciclo de Aprendizaje de las escuelas públicas municipales de São Luis – MA.

Alba Cumanda Pérez Guevara (2013) de la Universidad Técnica Particular de Loja en el año 2013, realizo su tesis con el tema: incidencia de la comprensión y la motivación de la lectura en los estudiantes y docentes del noveno año de educación básica, en la asignatura

de Lengua y Literatura del Instituto Superior Tecnológico “Francisco de Orellana ”, de la Ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza 2012-2013, donde demostró que su objetivo era la aplicación de metodologías activas de lectura para de esta manera incentivar la lectura de los estudiantes y su consecuente comprensión del texto.

Gabriel Cisneros Abedrabo de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, sede Ambato en el año 2015 realizó una investigación, sobre la creación de un informativo impreso cultural para la ciudad de Riobamba en donde su objetivo se basaba en producir un informativo impreso de los actores culturales de los cantones del Chimborazo. (Abedrabo, 2015)

El proceso de la comunicación social es decisivo en estos temas, porque permite planificar con la población para tener en cuenta sus necesidades, actitudes y conocimientos tradicionales, al determinar programas de desarrollo cultural que inciten a la evolución de un determinado sector. El desarrollo cultural implica cambios, los cuales permitirán reconocer los problemas más importantes y encontrar un terreno de acción común.

Las sociedades actualmente se abren al debate y a la iniciativa privada, las nuevas tecnologías son cada vez más accesibles. Algunos gobiernos de los países en desarrollo no son capaces de seguir desempeñando solos las normativas y las funciones sociales. Por lo cual la comunicación tiene mucho que ver al ser este un ente de cambio y transformación. La información llega a cualquier lugar del planeta de forma inmediata, haciendo que muchas relaciones sociales se mantengan unidas y no desaparezcan por completo.

Actualmente se sabe sobre la capacidad de comunicación interpersonal que poseen quienes realizan actividades de desarrollo sobre el terreno para desempeñar con más eficacia la labor con la población rural. Las nuevas competencias incluyen la utilización de técnicas como debates de grupo, material ilustrado, entre ellos portafolios y otros medios como elementos audiovisuales que pueden utilizarse para compartir ideas hacer reflexión, o como parte de un método de capacitación basado en la presentación, el debate y la práctica.

La capacidad de comunicación interpersonal permite mejorar las actividades a todos los niveles, al reforzar la gestión, el trabajo en equipo y la moral del personal. Por encima de todo esto lo que los lectores buscan hoy en día son las revistas impresas y digitales, ya que estas están creadas a base de divergencias para poder abordar y estructurar buenos contenidos; que permitan que el lector se enfoque en su desarrollo como persona.

No se puede dejar a un lado la importancia del diseño para los lectores de cualquier revista. Cada publicación tiene un estilo de redacción, una manera de presentar los contenidos y logra hacer grupo gracias a este tipo de cuestiones. El diseño suele ser incluso más importante que la especialización ya que el comprador de una revista se siente como parte de ella.

Y es que según el portal web de la asociación nacional de la prensa en Chile (2017) manifiesta que un 70% de los encuestados ha leído una revista en papel en los últimos seis meses. Esta cifra es ampliamente mayor a su contraparte online, la que en el mismo período de tiempo ha sido consultada por tan solo un 23% de la muestra. Otros datos arrojados por la investigación revelan que un 2,3% de los encuestados que acceden a revistas online aseguran no leer versiones impresas. En el área de redes sociales, tan solo un 10% declaró seguir revistas en Facebook u otras plataformas similares.

Un 72% de las mujeres que participaron en la encuesta ha leído una revista impresa en los últimos seis meses, frente al 68% de los hombres. En el caso de la lectura online, los hombres llevan la delantera, con un 26% que indica haber leído una revista en los últimos 30 días, cifra superior a la de las mujeres, que alcanza el 20%.

2.1.2.2. Categoría de análisis

Tabla 2
Análisis de las variables
Autora Yoselin Herrera Martínez

Tema de la investigación	Problemas Subproblemas o derivados	Objetivos de la investigación	Hipótesis
<p>REVISTAS IMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO CULTURAL DE LOS LECTORES DEL CANTÓN VINCES PROVINCIA DE LOS RÍOS AÑO 2017.</p>	<p style="text-align: center;">Problema general</p> <p>¿Qué tipo de factores inciden en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinges provincia de Los Ríos?</p> <p style="text-align: center;">SubProblemas o derivados</p> <p>¿Cuáles son los intereses del lector en base a las revistas impresas?</p> <p>¿Qué tipo de contenidos generan las revistas dentro del cantón Vinges?</p> <p>¿Qué factores inciden al momento de la circulación de las Revistas?</p>	<p style="text-align: center;">Objetivo general</p> <p>Analizar qué tipo de factores inciden en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinges provincia de Los Ríos</p> <p style="text-align: center;">Objetivo específico</p> <p>Conocer cuáles son los intereses de los lectores del Cantón Vinges con relación a las revistas impresas.</p> <p>Identificar el contenido que generan las revistas impresas en base al desarrollo cultural.</p> <p>Establecer una propuesta que permita contrarrestar los factores que inciden en la circulación de revistas dentro del cantón.</p>	<p style="text-align: center;">Hipótesis General</p> <p>Analizando el contenido de las revistas impresas que circulan en el cantón Vinges se difundirán los factores</p> <p style="text-align: center;">Subhipotesis o Derivados</p> <p>Conociendo los intereses de los lectores de las revistas impresas del cantón Vinges son los contenidos</p> <p>Identificando el tipo de contenidos que generan las revistas en el cantón Vinges, provincia de Los Ríos, se podría obtener el desarrollo cultural.</p> <p>Estableciendo cuales son los factores que inciden en las revistas impresas son la escasez de información y los costos elevados de las publicidades.</p>

2.1.3. Postura teórica

Postura sociológica

Reyes (s.f) en la sociología contemporánea se ha difundido en los últimos años una opinión acerca de "lo que es", o constituye, la sociedad. La idea es que lo social se compone de comunicaciones y sólo de comunicaciones. Muchos estudiosos sostienen que los elementos (o partes) de la sociedad no son los seres humanos ni sus acciones concretas con sus productos, sino sólo comunicaciones. La perspectiva neo-sistémica ha desarrollado este punto de vista de una manera muy sofisticada. Este punto de vista es particularmente explícito en los postmodernos, aunque según diversas modalidades y asumido también de forma indirecta o escondida.

Teoría estructural funcionalista

La teoría estructural funcionalista fue desarrollada por Lasswell; ésta, al igual que casi todas las teorías de la comunicación, hablaba del poder de los medios de comunicación frente al público (frente a las masas). Esta teoría tenía como principio lograr la persuasión por medio de las siguientes preguntas: quién dice qué, a través de qué medio, a quién y con qué efecto, preguntas que, en últimas, se referían, sobre todo, al poder político de los medios y al análisis de contenidos de lo que transmitían o emitían.

En ella se prestaba especial atención a la superficie de los discursos; es decir, a lo que la información podía lograr en un primer momento. En lo que se refiere a la función social de los medios, ésta consistía en supervisar y vigilar el entorno (o sea al gobierno, al Estado) y en transmitir la herencia social, función que debía ser cumplida mediante la educación, así como con la organización y estructuración de los instrumentos sociales, lugar donde los medios de comunicación tenían una gran preponderancia.

Olivares (2009) asegura que es un lugar común afirmar que la sociedad en general cada día lee menos. Las personas están cada vez más familiarizadas y deslumbradas por las

tecnologías de la información, por otras formas de expresión electrónicas y por las comunicaciones digitales. Aun ante la primacía de la visión, admiten que existe una relación interactiva entre lo que vemos y cómo representamos el mundo. Sin embargo, existe una relación inversa entre la creciente importancia de las imágenes en el mundo contemporáneo y el desinterés que las ciencias sociales tienen hacia ellas.

Teoría crítica

La teoría crítica representa uno de los capítulos más importantes para la teoría sociológica del siglo XX. En lo que atañe al estudio del papel de los medios de comunicación, ésta también tomó como punto de partida a la teoría de los efectos, la cual decía que los medios de comunicación masiva tenían efectos sobre la sociedad sin que ésta pudiese impedir dichos efectos, más bien creía que, cuando se enviaba un mensaje, el público lo recibía y, sin discriminación alguna, se veía afectado por él.

Max Horkheimer, el representante más notorio de esta escuela, pensaba que los efectos de un mensaje eran diferentes a la efectividad que éste podía tener sobre el público; es decir, pensaba que un medio podía emitir determinada información con la idea de lograr un efecto concreto, pero que dicho efecto podía no ser eficaz en términos de lo que se estaba pensando y deseando cuando se enviaba y que, por lo tanto, esto podía ser completamente negativo para la sociedad de masas.

De igual manera, tenía en cuenta el tiempo que se podía demorar un medio en crear un efecto, haciendo que, por primera vez, se hablase de los medios inmediatos, de los medios de mediano plazo y de los medios de largo plazo, de donde se colige que los efectos se debían pensar teniendo en cuenta estos tres tipos de medios de comunicación

Teoría de la Sociología positivista

Ésta corriente de la teoría sociológica, en lo que se refiere al análisis de los medios de comunicación, tomó como punto de partida la teoría de los efectos, la cual decía que los medios de comunicación masiva tenían efectos sobre la sociedad sin que ésta pudiese impedir dichos efectos, más bien creía que, cuando se enviaba un mensaje, el público lo recibía y, sin discriminación alguna, se veía afectado por él.

La sociología positivista afirmó que los medios masivos no sólo eran perjudiciales sino que también lograban aspectos positivos y benéficos dentro de la sociedad, pues podían cumplir con ciertos fines sociales que ayudaran al desarrollo del hombre como ser pensante, sin importar si estos fines tan sólo se podían cumplir en el mediano o largo plazo.

Así mismo, entendía al público como una masa con particularidades que la caracterizaban, pues enunciaba los efectos de los medios a nivel individual, grupal, social e institucional, yendo más allá de lo general y enfocándose un poco más en las características particulares de los grupos sociales.

No obstante, no logró caracterizar eficazmente tales divisiones de la manera en que hoy en día la comunicación las entiende. Sin embargo, esta teoría implicó un gran salto teórico que puso en entredicho el enorme poder de los medios frente a lo que ellos veían como un todo: la sociedad de masas. Los teóricos más importantes de la escuela de la sociología positivista fueron Emile Durkheim y Max Weber.

Postura Psicológica

La comunicación, como fundamento de la interacción social, es el mecanismo que ha hecho posible la existencia de lo que llamamos sociedad. Es el principio básico de la organización social, y como tal, es requisito indispensable para las relaciones sociales. Todo ello pone de manifiesto que la comunicación, antes que nada, es un proceso social articulado en torno al fenómeno de compartir, de poner en común, de vincular. (García M. R., 2006, pág. 2)

Martínez-Gómez & Lubetkin (2011) en su libros reflexiones sobre una comunicación que tranforma afirma que :

“Todo ello se conjuga con un escenario incierto, donde los medios tradicionales están en una profunda transformación. Si estudiamos sus lógicas de sostenibilidad publicitaria y de suscripciones en el caso de los medios escritos, la caída de la publicidad está repercutiendo en la reducción de páginas, el cierre de numerosos diarios en todo el mundo, que queden reducidos a su edición virtual o que disminuya de forma dramática el número de corresponsales. Por ejemplo, el diario New York Times creció en suscripciones un 8% en 2011, pero perdió en publicidad, lo que redujo el número de páginas. Todo se mueve en un eje en el cual se avanza y se retrocede y es difícil entender cuál puede ser exactamente el escenario definitivo de futuro.” (pág. 7)

Las TIC ya afectan la vida política y social de todas las naciones. Sin embargo, su influencia no siempre es positiva. En ocasiones, el uso de las tecnologías para crear y transmitir mensajes impide hacer justicia y fomenta la concentración del poder en las manos de unos pocos, dificultando la reciprocidad en la comunicación. La aparición de los enormes conglomerados de medios de comunicación es una prueba fehaciente de ello. (Semenov, 2005, pág. 18)

Cordero Arroyo, Organista Sandova, López Ornelas, & Nishikawa Aceves (2005) en su publicación revista impresa o electrónica afirma lo siguiente:

“El campo de la publicación académica se ha visto influenciado por la inserción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y especialmente del uso de Internet. Los principales cambios se presentan en la parte técnica, pero también en aspectos legales y, por supuesto, en costos. Los cambios técnicos permiten contar con una plataforma para la distribución del conocimiento científico que ofrece ventajas antes inimaginables. En el ámbito económico señalaremos que en 10 años el mercado de las publicaciones editadas en formato electrónico ha crecido vertiginosamente, y hoy en día este tipo de publicaciones es objeto de compra y venta por parte de distribuidores comerciales de bases de datos.” (pág. 10)

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales. (Granda, 2015, pág. 2)

Para José Luna (2009) menciona que tal sentido es sistema educativo, dado el exceso de información que se deja circular por todos los medios, está llamado a evitar el peligro de una dualidad social entre los estratos sociales o profesionales que utilizan y conocen las nuevas tecnologías y los que aún no las dominan; al evitar el analfabetismo tecnológico, la educación tecnológica jugaría así el papel esencial que ha jugado hasta ahora el aprendizaje de la lectura y de la escritura.

2.2. HIPÓTESIS

2.2.1. Hipótesis general

- Analizando que tipos de factores inciden en el desarrollo cultural de los lectores del cantón Vinces se podría realizar una revista impresa.

2.2.2. Subhipotesis o derivados

- Conociendo los intereses de los lectores de las revistas impresas del cantón Vinces se podrían diseñar los contenidos de la revista impresa.
- Identificando el tipo de contenidos que generan las revistas en el cantón Vinces, provincia de Los Ríos, se podría satisfacer las necesidades de los lectores.
- Estableciendo los factores que inciden en la circulación de las revistas se podría conocer las causas del desaparecimiento de las mismas.

2.4. Variables

Variable Independiente

- Las revistas impresas y su incidencia

Variable Dependiente

- Desarrollo cultural.

Sistematización de variables

Tabla 3
Sistematización de variables
Autora: Yoselin Herrera Martinez

Variables	Conceptualización	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
<p><u>Independiente</u></p> <p><u>Las revistas impresas y su incidencia</u></p>	<p>Pero en los actuales momentos con el impacto que ha tenido la tecnología, los medios de comunicación han optado por nuevas tendencias sociales, y uno de estos casos son las revistas, ya que la era digital ha hecho que algunos medios de comunicación impresos opten por convertirse en digitales, dando mayor facilidad a los lectores. Pero la gran mayoría de público lector, opta por usar los medios convencionales, debido a que son de fácil acceso y no necesitan del internet para poder tenerlos.</p>	<p>Los medios impresos.</p> <p>Las características de las revistas</p> <p>Revistas en el Ecuador.</p>	<p>Observación</p> <p>Encuestas</p> <p>Entrevistas</p>	<p>Hojas de observación</p> <p>cuestionarios</p>
<p><u>Dependiente</u></p> <p><u>Desarrollo cultural</u></p>	<p>La cultura, para una buena parte de la tradición antropológica, está constituida por el conjunto de ideas, destrezas, valores, creencias, lenguajes y actitudes susceptible de ser adquirido mediante imitación, enseñanza y otras formas de aprendizaje social indirecto como, por ejemplo, la facilitación social de la atención hacia determinadas acciones u objetos. La cultura es información que se transmite y que condiciona la conducta que desarrollan los individuos.</p>	<p>La cultura de los medios</p>	<p>Observación</p> <p>Encuestas</p> <p>Entrevistas</p>	<p>Hojas de observación</p> <p>cuestionarios</p>

CAPÍTULO III.-

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

Para conocer el porcentaje de personas a encuestar dentro de la investigación se aplicó como estrategia la formulación de la muestra y la población cuyos objetivos son conocer el grado exacto de las personas a encuestar, mediante la preparación de fórmulas directamente establecidas para proyectos investigativos de gran magnitud, donde el número de habitantes se desconoce.

De acuerdo al censo de población en el año 2010, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, el cantón Vinces tenía 30.241 habitantes, datos que se utilizaron para la formulación de la muestra y obtener el porcentaje estimado. La población de este proyecto de investigación está conformada por los lectores del cantón Vinces, los periodistas y por los dueños de los medio de comunicación. Por quienes se obtendrán resultados mediante la formulación de encuestas. Cuyo beneficio sea conocer los diversos problemas y plantear una propuesta que vaya dirigida a una solución inmediata.

La muestra se basa en delimitar la población que se va a encuestar para esto se determina un formula estadística, en donde se aplica la muestra probabilística con el nivel de error del 7% y el nivel de confianza es el 93% que equivale al 1.81. para la investigación se han realizado dos muestreos, ya que no se conoce con exactitud el número de habitantes del cantón. En total el número de personas a encuestar son 116.

Fórmula 1

Determinando la primera fórmula estadística, en donde se aplica la muestra probabilística, teniendo como error admisible el 7% y el nivel de confianza es el 93% que equivale al 1.81.

$$N = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2} \quad N = \frac{(1.81)^2 \cdot (0.05)^2}{(0.07)^2} \quad N = \frac{3.2761 \cdot 0.25}{0.0049}$$

$$N = 167.14 \quad N = 167$$

n = Tamaño de la muestra
N = Tamaño de la población
E = Error admisible 7%
Z = Nivel de confianza 93% = 1.81
p = Es la variabilidad positiva 50%
q = Es la variabilidad negativa (1-p)

Tabla 4
 Nivel de confianza
 Autora: Yoselin Herrera Martínez

CONFIANZA	90%	91%	92%	93%	94%	95%	96%	97%	98%	99%
Z	1.64	1.70	1.75	1.81	1.84	1.96	2.05	2.17	2.32	2.58

Fórmula 2

Determinando la segunda fórmula estadística, en donde se aplica la muestra probabilística, teniendo como error admisible el 5% y el nivel de confianza es el 95% que equivale al 1.96.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p} \quad n = \frac{167 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{166 \cdot 0.0025 + 3.8416 \cdot 0.25} \quad n = \frac{160.3868}{0.415 + 3.8416 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{160.3816}{0.415 + 0.9604} \quad n = \frac{160.3818}{1.3754} \quad n = 116$$

n = Tamaño de la muestra
N = 167
E = Error admisible 5%
Z = Nivel de confianza 95% = 1.96
p = Es la variabilidad positiva 50%
q = Es la variabilidad negativa (1-p)

Tabla 5
 Nivel de confianza
 Autora: Yoselin Herrera Martínez

CONFIANZA	90%	91%	92%	93%	94%	95%	96%	97%	98%	99%
Z	1.64	1.70	1.75	1.81	1.84	1.96	2.05	2.17	2.32	2.58

Una vez que se aplicaron las dos fórmulas se obtuvo como resultado que la población a encuestar va hacer de 116 personas las cuales estarán conformadas por personas de 26 años en adelante, ya que se considera que tienen un amplio criterio formado.

3.4. Análisis e interpretación de datos

Se hará el análisis de los resultados obtenidos mediante la encuesta formulada, pero primero se aplicara un esquema en base a lo que se quiere lograr con la recolección de la información.

Tabla 6
Formulación de recolección de datos
Autora: Yoselin Herrera Martínez

Preguntas Básicas	Explicación
¿Para qué?	Conocer los factores que inciden en la circulación de las revistas
¿Sobre qué personas?	Los lectores, los medios de comunicación y los dueños de medios en el cantón Vinces
¿Sobre qué aspectos?	Variables; dependientes e independientes.
¿Quiénes?	La estudiante investigadora.
¿Cuándo?	29 de Enero del 2018
¿Dónde?	Vinces
¿Cuántas veces?	Una sola vez
¿Cuáles son las técnicas de recolección de datos?	<ul style="list-style-type: none"> • La encuesta • La entrevista
¿Mediante qué?	Formulación de cuestionario de preguntas.

Encuesta realizadas al público lector que va desde los 26 años en adelante.

1.- ¿De qué manera califica Usted los contenidos de mayor interés en las revistas informativas?

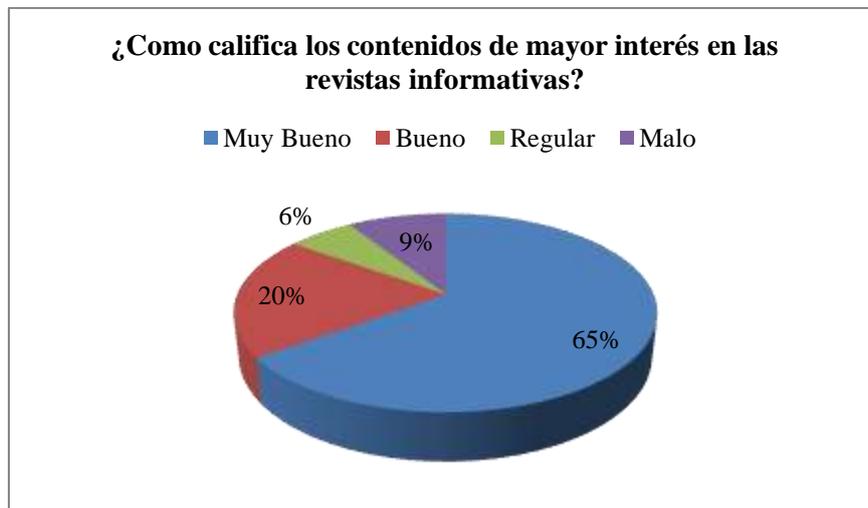
Tabla 7

¿Cómo califica los contenidos de mayor interés en las revistas informativas
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Bueno	75	65%
Bueno	23	20%
Regular	7	6%
Malo	11	9%
Total	116	100%

Grafico 1

¿Cómo los contenidos de mayor interés en las revistas informativas
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- de los encuestados el 65% manifestaron que los contenidos de las revistas son muy buenos, el 20% manifestó que eran buenos, por otra parte el 9% aseguro que eran malos y por ultimo un 6% indicaron que eran regulares. Dados estos resultados se analiza que los contenidos de las revistas son muy buenos y que son de interés común en la sociedad.

2.- ¿Cómo considera usted a los medios de comunicación dentro del Cantón Vinces?

Tabla 8

¿Cómo considera los medios de comunicación dentro del Cantón Vinces?

Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Bueno	5	4%
Bueno	82	71%
Regular	23	20%
Malo	6	5%
Total	116	100%

Grafico 2

¿Cómo considera los medios de comunicación dentro del Cantón Vinces?

Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 71% de la población manifestaron consideran a los medios de comunicación en el cantón Vinces como regulares, el 20% indico que son buenos, un 4% expreso que los considera malos y el 4% aseguro que son muy buenos. Estos resultados permiten analizar cómo es la situación de los medios de comunicación en el cantón Vinces, y el alcance que tienen en la ciudadanía.

3.- ¿Considera Usted que su nivel de lectura de una revista informativa es:

Tabla 9

Como considera su nivel de lectura de una revista informativa
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Una vez por semana	93	80%
Todos los días	18	16%
Una vez al mes	5	4%
Total	116	100%

Grafico 3

Como considera su nivel de lectura de una revista informativa
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 80% de los encuestados aseguraron que su nivel de lectura en las revistas es una vez por semana; el 16% indicó que una vez al mes, mientras que el 4% manifestaron que todos los días. Según la interpretación es que la mayoría de personas leen revistas semanalmente ya sea por distintos factores, el principal podría ser que las revistas son de circulación semanal

4.- ¿De qué manera considera Usted que las revistas Informativas persiguen relevancia social?

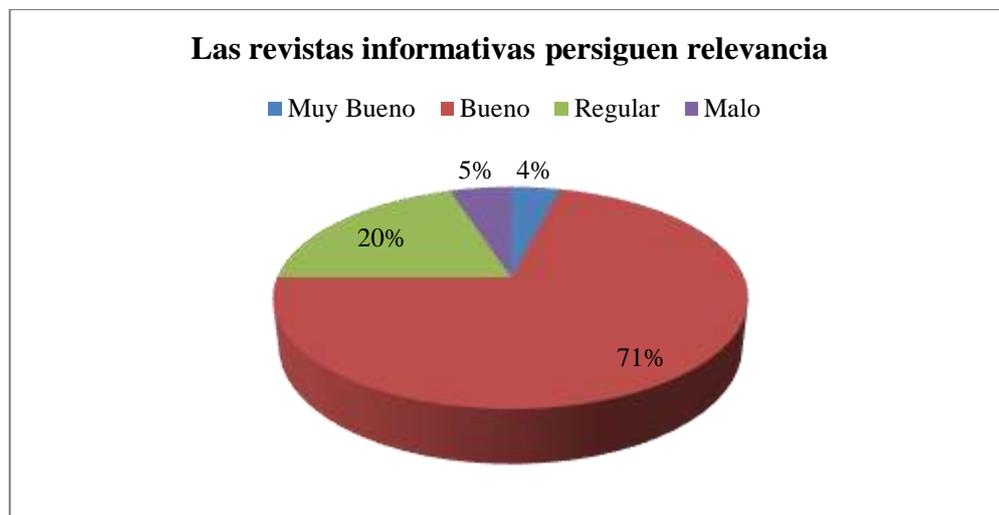
Tabla 10

Las revistas informativas persiguen relevancia
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Bueno	5	4%
Bueno	82	71%
Regular	23	20%
	6	5%
Total	116	100%

Grafico 4

Las revistas informativas persiguen relevancia
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 71% de los encuestados considera que la relevancia social de las revistas informativas es buena dentro del mercado, mientras que el 20% asegura que la consideran regular, el 5% indicó que es mala, mientras que el 4% asegura que es muy buena. Estos resultados son favorables para la realización de la propuesta, ya que da acceso a conocer el contorno en el que se manejan las revistas como medio de comunicación social.

Encuestas realizada a los dueños de medios de comunicación que en total son 5

1.- ¿Cuáles son los factores que provocarían la desaparición de un medio de comunicación dentro del Cantón Vinces?

Tabla 11

Los factores que provocarían la desaparición de un medio de comunicación
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
FALTA DE PUBLICIDAD	3	60%
POCA INFORMACIÓN	2	40%
FALTA DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN		
OTROS		
TOTAL	5	100%

Grafico 5

Los factores que provocarían la desaparición de un medio de comunicación
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 60% de los directores de los medios de comunicación manifestaron que la falta de publicidad provocan la desaparición de las revistas, mientras que el 40% emitió que para ellos es la poca información que se maneja en los medios impresos. Los resultados afirman que la publicidad es uno de los factores por la cual, los medios de comunicación en Vinces desaparecen.

2.- ¿Cómo dueño de medio de comunicación ¿de qué forma debería ser el contenido de las revistas?

Tabla 12

De que forma debería de ser el contenido de las revistas
 Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
DE ACTUALIDAD	2	40%
DEPORTES		
HISTORIA Y CULTURA	3	60%
OTROS		
TOTAL	5	100%

Grafico 6

De qué forma debería de ser el contenido de las revistas
 Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 60% de los encuestados manifestaron que los contenidos de las revistas deberían de ser sobre historia y cultura, mientras que el 40% indicaron que sobre actualidad. Según el análisis los temas de historia y cultura son de gran interés social, ya que permiten conocer la identidad que tiene cada lugar, fomentando la cultura dentro de la sociedad.

3.- ¿Cuáles serían las estrategias de comunicación que utilizaría para que el lector consuma su revista?

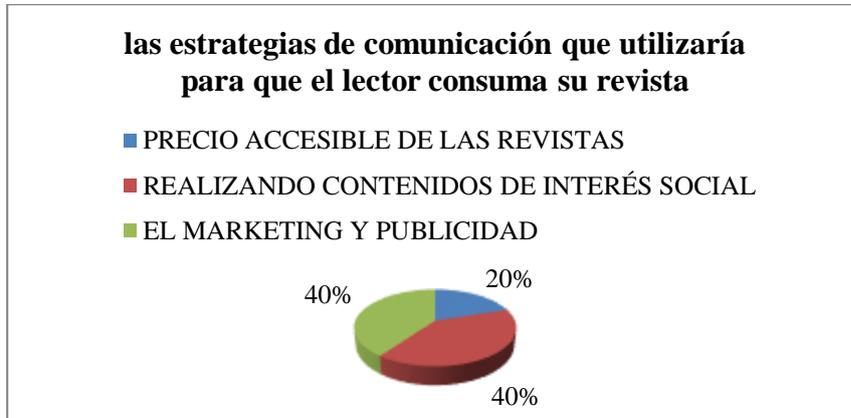
Tabla 13

Las estrategias de comunicación que utilizaría para que el lector consuma su revista
 Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRECIO ACCESIBLE DE LAS REVISTAS	1	20%
REALIZANDO CONTENIDOS DE INTERÉS SOCIAL	2	40%
EL MARKETING Y PUBLICIDAD	2	40%
TOTAL	5	100%

Grafico 7

Las estrategias de comunicación que utilizaría para que el lector consuma su revista
 Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 40% aseguraron que como dueños de medios de comunicación utilizarían como estrategia la del marketing y la publicidad, el otro 40% aseguro que utilizarían la realización de contenidos de interés social y el 20% indico que la revista tendría un precio accesible. Estos resultados son considerados para el planteamiento de la propuesta, ya que son factores importantes para la realización de una revista impresa

4.- ¿Cómo dueño de un medio de comunicación social, usted produciría una revista en el Cantón Vinces?

Tabla 14

Usted produciría una revista en el Cantón Vinces
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	3	60%
NO		
TAL VEZ	2	40%
TOTAL	5	100%

Grafico 8

Usted produciría una revista en el Cantón Vinces
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 60% de los encuestados indicaron que si producirían una revista impresa en Vinces, mientras que el 40% manifestó que tal vez podrían hacerlo. Según el análisis los directores de medios de comunicación en su gran mayoría si estarían interesados en crear una revista impresa de carácter cultural.

Encuestas realizadas a los comunicadores sociales del cantón Vinces que en total son 19.

1.- ¿Cómo Periodista ha trabajado en algún medio de comunicación impreso?

Tabla 15

Ha trabajado en algún medio de comunicación impreso
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	12	63%
No	7	37%
TOTAL	19	100%

Grafico 9

Ha trabajado en algún medio de comunicación impreso
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 63% de los encuestados manifestaron que si han trabajado medios de comunicación impresos, mientras que el 37% aseguro que no. Analizando los resultados se concuerda que la mayoría de Periodistas encuestados, conoce sobre la estructura en la cual se originan los medios de comunicación impresos.

2.- ¿Cuál cree que es el estado de los medios de comunicación, actualmente en el Cantón Vinces?

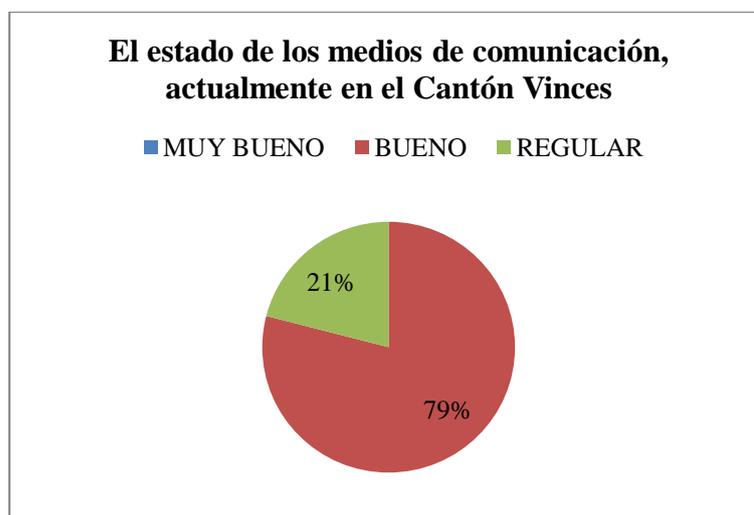
Tabla 16

El estado de los medios de comunicación actualmente en Vinces
 Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY BUENO		
BUENO	15	79%
REGULAR	4	21%
TOTAL	19	100%

Grafico 10

El estado de los medios de comunicación actualmente en Vinces
 Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 79% de encuestados manifestaron que el estado en el que se encuentran actualmente los medios de comunicación en el cantón Vinces, es bueno, mientras que el 21% indicó que para ellos es regular. Estos resultados son de gran importancia para el planteamiento de la propuesta, ya que permite conocer el campo en donde va a ser desarrollada.

3.- ¿Cómo calificaría las publicaciones de las revistas impresas?

Tabla 17

Cómo calificaría las publicaciones de las revistas impresas

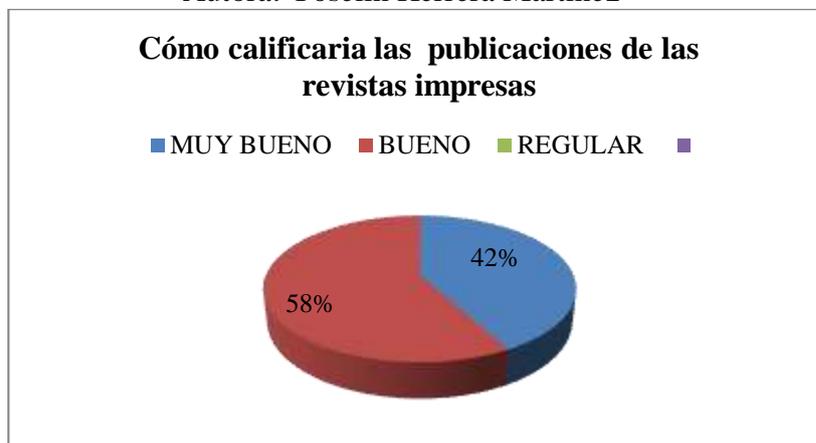
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY BUENO	8	42%
BUENO	11	58%
REGULAR		
TOTAL	19	100%

Grafico 11

Cómo calificaría las publicaciones de las revistas impresas

Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- al 58% de los encuestados califica a las publicaciones de las revistas impresas en el cantón Vinces como buenas y el 42% las considera muy buenas. Los resultados se asemejan y permiten conocer que tan buenas son las publicaciones de las revistas impresas, generando múltiples que puedan dar paso al surgimiento como medio impreso.

4.- ¿Considera que la publicidad es uno de los factores que inciden en la circulación de las revistas?

Tabla 18

La publicidad es uno de los factores que inciden en la circulación de las revistas

Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	12	63%
No	7	37%
TOTAL	19	100%

Grafico 12

La publicidad es uno de los factores que inciden en la circulación de las revistas
 Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- de los encuestados el 63% aseguraron que la publicidad es uno de los factores que más inciden en la circulación de las revistas. Mientras que el 37% indicó que no considera a la publicidad como un factor influyente de los medios de comunicación. Estos resultados. Demuestran que la publicidad es tan solo uno de los factores que influye de manera directa en la circulación de los medios de comunicación en el cantón Vinces.

3.2. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1.Específicas

- Los medios de comunicación en el cantón Vinces, dentro de sus publicaciones no producen contenidos de carácter cultural, siendo estos de gran importancia para quienes los consumen, por tal motivo es uno de los factores para que muchos medios dejen de circular.
- La escasez de información es otro de los motivos por el cual desaparecen los medios de comunicación en el cantón Vinces. Ya que al ser un pueblo pequeño, la información se vuelve compleja y en muchos casos irrelevantes para el consumidor.
- Los precios elevados de los medios de comunicación impresos está considerado como la clave primordial para el desaparecimiento de los mismos, ya que el consumidor verifica y compara el costo de las revistas como tal.

3.2.2. GENERALES

- Al no contar con publicidad los medios de comunicación no podrían circular, ya que esta les permite realizar estrategias de comunicación y de ventas, las cuales son un apoyo primordial para la difusión y desarrollo del mismo.

3.3. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1. Específicas

- Se recomienda que los medios de comunicación locales, brinden un mejor desarrollo de la información a los consumidores, mediante la formulación de estrategias comunicacionales, que permitan el desarrollo social del medio.
- Que en los medios de comunicación impresos como las revistas incluyan en sus contenidos temas relacionados con historia y cultura, ya que estos son de gran interés para la ciudadanía Vinceña, y a su vez permitirá una mejor difusión de las revistas.
- Que los precios de las revistas y la publicación de publicidades no sean excesivamente elevados, sino que vayan de acorde a la situación económica de la población. Para que de esta manera las personas inviertan en publicitar en el medio.

3.3.2. Generales

- También se recomienda que las revistas sean de carácter mensual, para recabar toda la información que sea necesaria, y que puedan ser expuestas mediante la difusión del medio de comunicación impreso.

CAPÍTULO IV.-

PROPUESTA TEÓRICA DE LA APLICACIÓN

4.1.PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. Alternativa obtenida.-

Después de realizar la debida investigación mediante la aplicación de métodos, técnicas y los distintos procedimientos que se utilizaron en este proyecto, se pudo conocer la problemática por la que está pasando actualmente el cantón Vinces, al no contar con un medio de comunicación impreso como lo es la revista, ya que se conoce que desde hace varios años este medio impreso dejo de circular en el cantón, por la falta de publicidad y la escasez de información.

Mediante la aplicación de las encuestas realizadas directamente a la comunidad lectora, los directores de medios de comunicación y los periodistas del cantón, se pudo constatar por medio de los resultados obtenidos, que el cantón si requiere la creación de una revista informativa de carácter cultural que vaya dirigida a un público específico. Ya que se considera que los medios impresos jamás siempre van a estar perdurable dentro del entorno social.

Se considera que la era digital no ha sido un impedimento para la desaparición de los medios impresos, más bien ha permitido la compartición del mismo accediendo a que los medios convencionales también formen parte de las nuevas tecnologías, ya que hoy en día no es novedad que los medios impresos se encuentren en la web. Para muchas personas leer una revista desde el internet es complicado, ya que conlleva a obtener un servidor de internet el cual le facilite la entrada al medio. En cambio para las demás personas adaptarse a los medios digitales proporciona una serie de conocimientos que ayudan a la desarrollo del ser humano en cuanto a lo digital.

4.1.2. Alcance de la alternativa

Lo que se espera mediante el planteamiento de la propuesta es beneficiar principalmente a los habitantes del cantón Vinces, debido a que ellos son la parte principal para que los medios de comunicación surjan. Y mediante la creación de una revista informativa ayudaría a fomentar el desarrollo cultural y social, dando lugar a que las nuevas generaciones se interesen por temas culturales que ayuden al progreso del pueblo. Demostrando que los medios impresos aún prevalecen en la sociedad.

Para la creación de la revista informativa de carácter mensual se contará con el asesoramiento necesario de los periodistas que ya han tenido experiencia dentro de los medios impresos. Además de capacitar a todo el equipo que conforme la Revista, para de esta manera realizar un excelente trabajo el cual sea satisfactorio. Se integraran contenidos variados y de interés común.

A través del desarrollo cultural y social que generaría la creación del medio impreso haría que el cantón Vinces, retome sus identidades dentro de la Provincia de Los Ríos y a nivel nacional, creciendo no solamente en el ámbito cultural, sino también en lo social, lo político y lo económico, ya que mediante la Revista se podrían difundir los aspectos más relevantes que tiene el cantón.

Con lo que respecta a las publicidades estas serían de bajo costo y accesibles a los comerciantes del cantón, ya que son los principales para la formación de un medio de comunicación en la ciudad de Vinces. A su vez la creación de la revista generaría fuentes de trabajo para estudiantes de comunicación, comunicadores sociales, y publicistas, quienes serían una parte fundamental dentro del medio.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1. Antecedentes

Los medios de comunicación circulan todos los días, y se puede ver como estos proyectan informaciones de distintas índoles, además están compuestos por una serie de

elementos, los medios convencionales son la radio, la televisión y la prensa escrita. Esta última ha evolucionado a lo largo del tiempo mediante las distintas adaptaciones que el ser humano le ha realizado.

Existen medios para toda clase de público, niños, adultos, padres de familia, ejecutivos, estudiantes, doctores, etc. Todo esto se debe a que el efecto de los medios impresos es más duradero y efectivo, ya que se puede leer la publicación cuantas veces quiera el lector, además de analizarla, citarla, y compararla con nuevas publicaciones. Ya que el material en el que se imprimen los medios es de larga duración y puede guardárselo durante muchos años.

Las revistas son un medio de comunicación tan necesario en la sociedad actual, por permiten informar, entretener, divertir, y educar, etc. Son todo el reflejo de lo que piensan las sociedades hoy en día y esto les aumenta un gran valor. Gracias a los diseñadores por adaptar y evolucionar a las revistas, ya que han permitido que estas no desaparezcan por el nacimiento del internet. En todos los Países los creadores de las revistas usan técnicas para de esta manera llamar la atención del consumidor y que estos vean reflejada una obra de arte en las revistas.

También las revistas como medio impreso están consideradas como el mejor elemento estético en base a su estructura y pensamiento editorial, debido a que están dirigidas principalmente a lectores. Estas varían sus contenidos, dependiendo el lugar en las que son publicadas, pero siempre se encontraran en ellas el entretenimiento y la información. Lo primero que hacen los lectores al momento de interactuar con la revista es revisar el texto más llamativo que esta contiene. Por tal motivo se debe crear una ruta despejada para que el lector pueda entender lo que se desea transmitir.

Según Gabriela Coronel Salas (2015) en su investigación Estado de diarios, revistas y medios digitales de Ecuador, manifiesta lo siguiente:

Por la naturaleza de su periodicidad, las revistas pueden hacer análisis más profundos de todos los temas que tratan. Los procesos de planificación se pueden resolver con mayor ventaja que en los medios de comunicación diarios. Esta es sin duda, una de las ventajas competitivas de las revistas y de la cual deberán sacar el máximo provecho para competir con otros medios de comunicación. A esto se suma que deberá explotar los recursos de la red y la interacción con los usuarios para crear productos personalizados de acuerdo a los intereses de los consumidores. (pág. 12)

Refiriéndonos a la cita de esta autora indica que las revistas por su naturaleza tienen un análisis bastante profundo de todos los temas que tratan a lo largo del tiempo en sus publicaciones. Además comenta que pueden resolver fácilmente los problemas que ocurren a diario en el entorno social. Las revistas deberían involucrarse en los recursos de la red para que de esta manera puedan llegar a un público más extenso.

Para Concha Edo (2006) en su artículo sobre los medios digitales aun no pueden con el papel indica lo siguiente:

Estamos en una etapa de transición entre lo que han sido los últimos años del siglo XX y lo que es y será el XXI. Y los pasos que están todavía por dar dependen, en buena medida, de los avances más inmediatos de la tecnología y de la generalización de la banda ancha, y pasan por crear un medio totalmente multimedia, con texto, sonido e imágenes fijas y en movimiento, que saque todo el partido a la interactividad y al hipertexto que, hasta ahora, no es lo que más utilizan los lectores de periódicos cuando acceden a las versiones digitales. (pág. 6)

Citando lo que manifiesta esta autora se podría decir que la era digital aún no se encuentra en etapa de transición ya que muchos medios impresos no han podido traspasarse

hacia ella, porque consideran que el lector no tendría los mismos beneficios que en el ámbito impreso. Pero aun así se considera que para estar en la era digital se necesita de un amplio medio multimedia el cual permita una mejor interactividad con la audiencia.

La información que se difunde en las revistas como medio de comunicación, no es privada y busca ser siempre de conocimiento general e interés común. Lo que se publica dentro de ellas es la realidad común manifestada por medio de múltiples interrogantes. Dentro de la revistas la opinión es un aporte fundamental, pero no solo del medio, sino también por parte del receptor que en este caso es el lector.

Se considera alto, el interés por las revistas culturales que tienen varios lectores, ya que aseguran que estas revistas están caracterizadas por demostrar la identidad que tiene cada pueblo, región o país, así como también muestran un detallado análisis de los hábitos que tiene la sociedad. Además de que son fuente principal para el desarrollo cultural, social y sostenible de un pueblo. Convirtiéndolo en semillero de conocimientos y proyectándolo hacia las nuevas generaciones de la comunicación.

Pero no siempre se encuentra revistas dedicadas a temas culturales, más bien se cree que las revistas son feministas ya que en la mayoría de ellas son dedicadas y tienen contenidos dirigidos hacia las mujeres, principalmente en las portadas, en donde la gran parte de publicaciones solo aparece la imagen de la mujer como ente principal de la sociedad.

4.1.3.2. Justificación

Los medios impresos son necesarios en toda sociedad, y aún más cuando son el elemento principal para el desarrollo social y cultural de un pueblo. Demostrando que sin ellos no se podría estar informado de lo que acontece en los alrededores. Pero sin embargo esto ha provocado que cada día los medios de comunicación se vayan evolucionando e interactúen con nuevos elementos de la comunicación, como es el caso del internet, que

desde su aparición; no ha hecho otra cosa que sorprender al hombre y adaptar a los medios en sus nuevas plataformas.

De esta manera da paso a que la comunicación se vuelva más efectiva y rápida, asumiendo los diferentes roles que existen hoy en día. Los medios impresos como tal, siempre tendrá un significado importante dentro de la sociedad, en la actualidad se considera que estos van a desaparecer, por la implementación de los medios digitales, quienes han evolucionado de manera rápida y eficiente, provocando el interés por los lectores de medios convencionales.

Aunque lo digital no está considerado como un peligro para los medios impresos, debido a que su contenido es variado y no se considera igual al de los medios tradicionales, Cada medio tiene sus ventajas y desventajas, como la masificación de su contenido, y lo efímero que pueden llegar a ser en sus medios. Además se necesitaría de un servicio de internet para acceder a ellos. Sus publicaciones son diarias y solo se encuentran en la web, en cambio a los medios impresos se los puede guardar y leer las veces que el lector desee.

Por tal motivo la propuesta de este proyecto va encaminada a la creación de una revista de contenidos culturales, que ayuden al desarrollo del cantón Vinces. Al momento de ejecutarse este proyecto, generaría fuentes de empleo en el cantón, ya que la revista estaría a cargo de personas vinculadas al área de comunicación; los cuales serán encargados de crear contenidos que vayan de acuerdo a los intereses del lector, en temas de cultura y actualidad. Y mediante este medio de comunicación se espera buscar el progreso económico y social de la revista.

En el cantón si han existido revistas informativas, que circulaban mes a mes y eran de carácter social, pero con el pasado del tiempo y los nuevos avances que ha tenido la comunicación estas dejaron de circular, se conoce que los factores son la escasez de información y la falta de publicidad, esta última es lo primordial que deben tener los medios

de comunicación para su difusión, ya que les permite abrirse en un campo amplio de conocimientos, basados en la estrategia comunicacional.

Para conocer los factores que impiden la circulación de las revistas en el cantón se hizo una encuesta dirigida a los comunicadores sociales, dueños de medios de comunicación y el público lector, quienes aseguraron que si les interesa la creación de un medio ya que en la actualidad no existen revistas de carácter cultural y ayudaría en gran magnitud al progreso del pueblo.

El material en el que podría ser impresa la revista es el papel cuché en tamaño A3, estaría segmentada por contenidos de actualidad, deportes, belleza, cultura, sociales, etc. Su diagramación estaría compuesta por colores llamativos en altos relieves, considerados como una estrategia para atraer a los lectores. La difusión se la realizaría una vez al mes, para que permita la recolección de la información y estaría dedicada a un público específico desde los 18 años en adelante. Las ventas de las publicidades dentro del medio, serían en costos accesibles para que de esta manera el comercio del cantón pueda obtenerlas.

También dentro de la revista se podría difundir los lugares atractivos que tiene el cantón, mediante la publicación de reportajes y experiencias que tienen los turistas al momento de visitar la población, se considera que esto podría ser una puerta para el avance cultural, turístico, económico y social del cantón Vinces.

4.2. Objetivos

4.2.1. General

- Crear una revista de contenidos culturales, la cual permita el desarrollo social del cantón Vinces, Provincia de Los Ríos.

4.2.2. Específicos

- Definir los intereses de los lectores del cantón Vinces, provincia de Los Ríos sobre las revistas impresas.
- conformar el comité editorial que estará a cargo de la coordinación de los contenidos de la revista.
- Establecer los diseños de cómo sería la estructuración de la revista.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título

“Creación de una revista de contenidos culturales, para el desarrollo social del cantón Vinces, Provincias de Los Ríos”.

4.3.2. Componentes

Los componentes dentro de la propuesta: “Creación de la Revista de contenidos culturales, para el desarrollo social del cantón Vinces, Provincia de Los Ríos” son los siguientes:

Grafico 13
Componentes
Autora: Yoselin Herrera Martínez



COMPONENTES DE LA REVISTA

Portada

Estas consideradas como la pieza clave para la exhibición de las revistas. El objetivo que tiene la portada es vender al lector el contenido resumido de las noticias que contiene, para que de esa manera la compre y descubrir su interior. Por ese motivo se manifiesta que la revista está relacionada con la literatura, ya que la primera se encarga de analizar las informaciones y las desarrolla en mayor escala en referencia a los periódicos. El diseño de la portada se estructura según las características que la revista tenga.

Varias son las revistas a nivel mundial que utilizan la imagen de alguna mujer como estrategias comunicacionales, que permitan generar mayores ingresos al medio de comunicación, ya que influyen al momento de adquirirlas. También en los libros las portadas están caracterizadas por exponer la obra de la que se habla dentro de los contenidos, seguidos de títulos enganchadores.

Imagen 3

Portada

Autora: Yoselin Herrera Martínez



Contra portada

Dentro de los medios impresos la contra portada es una de las páginas que presenta un sin número de detalles acerca del algún libro o revista en el que esta se ejecute y siempre estará ubicada frente a la portada, también se la conoce como cubierta trasera o contracubierta. Su objetivo es brindar información sobre el medio en el que se encuentra impresa y en alguno de los casos resulta interesante por el lector.

Muchas veces la contraportada no recibe el tratamiento adecuado, ya que se considera que al estar situada en la parte izquierda del medio, no tiene mayor fundamentación, porque

la mayoría de las personas al leer cualquier impresión siempre fijaran su mirada hacia la página derecha. En ocasiones la contraportada esta compuesta por publicidades.

Imagen 4
ContraPortada
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Editorial

El editorial dentro de un medio de comunicación es un corte periodístico el cual no se firma sino que tiene el deber de validar un hecho noticioso de gran importancia para el medio. Siempre se ha mantenido en los periódicos, revistas, libros y está ubicado en la parte de opinión de los medios. Al no estar firmado hay periodistas que están encargados de realizarlos, a quienes se les retribuye el nombre de editorialistas. Esta siempre ligado a temas de actualidad y se caracteriza como un mensaje periodístico y está representado por un grupo que pertenece al periódico o revista.

Imagen 5
Editorial
 Autora: Yoselin Herrera Martínez



Índice

El índice llamado también contenido; está formado por una lista de indicadores sobre frases, palabras o búsqueda de contenidos dentro de los medios impresos, permitiendo buscar fácilmente la información dentro de la revista. Tradicionalmente los índices pueden contener nombres de personas, eventos, lugares y conceptos relevantes que sean de interés para los lectores. Y también están compuestos por los números de páginas.

Imagen 6
Índice
 Autora: Yoselin Herrera Martínez

El artículo puede estar acompañado de fotografías, estadísticas de gráficos e imágenes, para que el lector entienda de mejor forma el mensaje que se desea transmitir. A diferencia del editorial este si se encuentra firmado por el comunicacion social que lo redacta.

Imagen 7
Artículos

Autora: Yoselin Herrera Martínez



EL SABER CONVENCIONAL SOBRE EDUCACION

EL SISTEMA ES MEDIOCRE, SOBRA UNIVERTARIO, LA REPETICION ES MUY ALTA, LA COMPETENCIA MEJORARA TODO, LA DECENTRALIZACION AUMENTA LA DESIGUALDAD... ¿SON LOS ARGUMENTOS MAS COMUNES SOBRE EDUCACION... ¿CON DERROTA?

EL SISTEMA EDUCATIVO ESPAÑOL SE ENFUECA Y NECESITAMOS REFORMARLO PARA SALIR DE LA CRISIS CON UNA ECONOMIA MAS PRODUCTIVA. SEÑALAN ESTADÍSTICAS EN EDUCACION SUPERIOR, MAS PREPARADOS, Y FALTAN MAS TITULADOS DE FORMACION PROFESIONAL. LA REPETICION DE CURSOS SE AUMENTARON EN ESPAÑA, ASI QUE EL ACERCADEMO CON ESTA SEPARAR EL SISTEMA EDUCATIVO. NECESITAMOS UNA REFORMA EDUCATIVA ENFOCADA A MEJORAR LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES DE LA POBLACION, PARA VISAR A UNA ECONOMIA BASADA EN LA INFORMACION DE LA QUE DESARROLLO LA MAYORIA DEL TIPO DE OCUPACIONES QUE SE COMERCIO EN EL MUNDO. LA REFORMA DEBE VISAR COMO POLITICA BASADA EN EVIDENCIAS, TOMANDO LO MEJOR DE OTROS SISTEMAS EDUCATIVOS.

La evidencia empirica disponible muestra que el sistema más avanzado a los sistemas educativos y la combinación con información sobre su calidad, así como con la libertad de las familias de elegir (una combinación conocida como "cuasi mercado"), la más competitiva mejorará la eficiencia del sistema. La descentralización de las competencias ha llevado al aumento de la desigualdad entre territorios, por lo que será la intervención pública en algún modo de redistribución. La escuela concertada es una particularidad española que explica que aquí la desigualdad de oportunidades educativa sea menor que en los países de nuestro entorno. Los países de referencia en la reforma deberían ser Finlandia en educación obligatoria, Alemania en post-obligatoria y EE.UU. en universidad. Y no debemos olvidar que ningún sistema educativo es mejor que la calidad de sus profesores.

El siglo son breves y los debates sobre política educativa, espero que así de acerbos en que lo anterior resume los argumentos más populares. ¿Pero son ciertos? Cuando menos, cabe tener serias dudas razonables.

Esperemos por la mejoría, que más bien habría que decir medida. En el ranking de la OCDE y de la UE el sistema educativo español tiene un desempeño medio, con una excepción. La proporción de estudiantes de bajo rendimiento (inferior a nivel 3 en PISA) es similar a la de países como Alemania o Reino Unido y está en el promedio de la OCDE. Coincide con una menor proporción de alumnos brillantes, debido a que los per-

entes de origen social alto muestran menos el crecimiento por el status social de sus familias educadas, el nivel de España mejora.

La historia sobre la desigualdad se debe a que se malinterpretan los resultados de PISA como el rasgo más importante, cuando en realidad habría que interpretarlo como una tabla de la calidad. En una clasificación deportiva, ser el primero lo es todo, el segundo, casi nada y el resto... En una clasificación social, si el primero gana 10.000 euros y el segundo 5.000 euros va a disminuir mucho (una vez más) en el mundo y otro millón, por lo que la información que obtenemos sobre el mundo es distorsionada. España está en el primer de países desarrollados, ligeramente por debajo de la media, a veces en la media. Debemos mejorar, pero no hay nada para la historia. ¿En qué otro indicador de bienestar estamos próximos a Dinamarca?

Mucho abandono temprano

El sistema más mal en términos educativos tempranos (en decir, personas entre 18 y 24 años que han terminado la ESO como mucho y no algunas secundarias educación regular o no regular) tienen las competencias de la Unión Europea, pero también cómo es posible que en un año si el rendimiento del abandono se reduce? Para por cómo entendamos la evolución educativa. En España somos probablemente el único país desarrollado que privilegia que no educación como educación post-obligatoria. El que se tiene el título de ESO no se tiene acceso directo a cualquier regular de ningún tipo. Podríamos tener cualquier tipo de colegio, como en EE.UU. que no piden requisitos para entrar de ningún tipo. O un tipo de FP que no requiere de la ESO, como en Alemania. Pero no, la forma de mejorar el sistema educativo regular en España ha sido regular de las aulas al abandono de bajo nivel educativo.

En cuanto a la educación superior, hay una gran confusión entre tesis y la universidad. En nuestro país, la tasa de graduación en educación superior es del 8%, un 20% en Ciclos Formativos de Grado Superior (CFGS) y un 20% en Universidad. El porcentaje de graduados universitarios está por debajo del promedio de la OCDE (38%) y de la UE (31%). Cuando se dice que hay muchos universitarios y pocos titulados de FP lo que se está diciendo es que hay muchos titulados

La historia por los resultados de PISA se debe a que se mira como una clasificación deportiva cuando habría que interpretarlo como una tabla social

JOSÉ SATURNINO MARTÍNEZ GARCÍA
Profesor en la Universidad de La Laguna
@msaturnin

Textos

La estructura y contenido de la revista es diferente, ya que los textos conforman distintas temáticas según al público que van a ser dirigidos, cumpliendo el rol de informar a niños, jóvenes y adultos. Los textos que se escriben dentro de las revistas, siempre van a estar encaminados o relacionados con temas como el arte, el deporte, salud, y la belleza o bien temas que abarquen a contenidos de actualidad.

El diseñador gráfico es quien crea los textos y los recrea a su estilo de maquetación, el diseño dentro de las revistas, debe comparar un equilibrio estético entre todos los elementos que se encuentran en la revista, de esta manera se armoniza la lectura de quienes la consumen.

Imagen 8
textos
Autora: Yoselin Herrera Martínez

#GESTIÓN DEL PATRIMONIO

La Declaración del impuesto, junto con la del IRPF

CUIDADO CON LOS MITOS AL TRIBUTAR EN PATRIMONIO

La valoración de sus bienes y los activos son las principales dudas de los contribuyentes al enfrentarse al Impuesto de Patrimonio, un tributo que ya se encuentra vigente también en Valencia y Baleares.

José María Camarero @jcamarero

Se trata de un impuesto que para muchos puede resultar novedoso (desapareció en el año 2008, en pleno auge económico de muchas familias) ha generado algunos malos entendidos a los que debe hacer conciencia. ¿Quiénes están obligados? ¿Existe alguna limitación? ¿Qué bienes tiene en cuenta Hacienda? ¿Cómo se valoran? ¿Cuánto se paga? ¿Qué relación hay con otros impuestos, como el de la Renta? Aunque muchas de las respuestas de estas preguntas pueden resultar legañas, el IP escinde cierta nomenclología a la que no debe hacer caso. Entre son las claves para no fallar ante Hacienda al liquidar Patrimonio.

Hay que restar las deudas. A la hora de determinar los bienes que componen su patrimonio, Hacienda realmente tiene en cuenta determinadas cuantías, dependiendo del activo que se trate. En primer lugar, los primeros 300.000 euros del valor de...

El valor depende de cada bien. Para completar correctamente las páginas de la Declaración, en las que se relacionan los bienes de los que dispone, se pueden cometer errores. Por ejemplo, en cada tipo de activo se tiene en cuenta un valor diferente. En el caso de la vivienda, se tiene en cuenta el mayor entre el valor catastral, el de adquisición o el determinado por alguna Administración en otros tributos», explica María González, directora del Gabinete de Estudios de la Asociación Española de Arrendadores Fiscales (Aedaf).

Si se trata de depósitos y cuentas corrientes, se toma el valor entre el que resulte del saldo a 31 de diciembre de 2012 o el saldo medio del último trimestre del año pasado. Para activos como los fondos de inversión y las acciones y participaciones en empresa, hay que utilizar el valor de negociación media del último trimestre del año pasado. Los otros productos, como los seguros de vida y rentas temporales o vitales, el valor de rescate a finales de 2012. Y cuando se trate de objetos de arte y antigüedades, se toma como referencia el valor de mercado.

La conexión con el IRPF. Victoria Robles recuerda que «la suma de cuentas de Renta y Patrimonio no puede superar el 60 por ciento de la base de IRPF», excluyendo las ganancias patrimoniales generadas en más de un año. De otro modo, cuando la suma de ambas cuotas superen ese porcentaje, se reducirá la cuota del Impuesto sobre el Patrimonio, sin que la reducción pueda exceder del 80 por ciento. Se trata de una importante deducción que pueden aplicar los contribuyentes que presentan habitualmente este tributo. «Pero no es tan simple como parece», recuerda Victoria Robles, de Capbank España. «Al restar las cuotas de la Renta, se excluyen las ganancias y pérdidas generadas a más de un año», explica esta experta.

LA OPINIÓN DEL EXPERTO

Victoria Robles
Asesora fiscal en Orbisnet España

«AUNQUE SU COMUNIDAD LE BONIFIQUE LA CUOTA, PUEDE SER OBLIGATORIO PRESENTAR EL TRIBUTO»

Marta González
Dir. Gabinete de Estudios de Aedaf

«SIEMPRE HAY QUE RESTAR LAS DEUDAS QUE TENGA EL CONTRIBUYENTE, COMO LAS HIPOTECAS O CRÉDITOS»

60%
LA SUMA DE LAS BASES DE IRPF E IP NO PUEDE SUPERAR ESTE PORCENTAJE

LA LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO DE PATRIMONIO

Paso 1 CÁLCULO DE LA BASE IMPONIBLE
Suma de todos los bienes y derechos (la vivienda habitual está exenta hasta los primeros 300.000 euros).
Resta de todos las deudas y obligaciones (hipotecas y créditos por su valor nominal).

Paso 2 CÁLCULO DE LA BASE LIQUIDABLE
Restar al mismo evento: 700.000 euros.

Paso 3 DETERMINACIÓN DE LA CUOTA ÍNTEGRA

Base liquidable (euros)	Base (euros)	Base base liquidable (euros)	Tasa aplicable
0,00	0,00	167.129,45	0,2
167.129,45	294,26	167.323,71	0,3
294.258,91	105,45	294.364,37	0,5
498.497,75	2.504,96	498.499,76	0,9
1.296.995,51	8.524,36	1.296.999,88	1,3
2.473.990,01	25.964,35	2.473.999,07	1,7
5.547.980,01	71.920,31	5.547.999,01	2,3
10.095.960,00	181.179,20	no aplicable	2,5

Paso 4 APLICACIÓN DE LAS REDUCCIONES
La suma de cuotas de IRPF y el 60% de la base de la cuota. En la suma, se excluyen los Patrimonios.

Paso 5 DESGRAVACIONES
El importe del impuesto analogo que se abate en el momento por los mismos bienes y derechos.

Paso 6 BONIFICACIONES
Solo la Comunidad de Madrid aplica una bonificación del 100 por cien.

Paso 7 CUOTA A INGRESAR

44

Ilustraciones

Dentro de las revistas cada temática que está presente puede ir acompañada por una fotografía que sea llamativa y vaya de acuerdo al contenido de la página, buscando que al lector le resulte amena. También en algunas ocasiones se utilizan dibujos, gráficos, mapas o cuadros y cualquier tipo de ilustración que requiera el medio de comunicación.

Además la fotografía también está considerada como una ilustración; que siempre se va a encontrar dentro del medio y va a estar acompañada por un epígrafe y un pie de página el cual resume en cortas palabras lo que desea mostrar la imagen.

Imagen 9
Ilustraciones
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Anuncios publicitarios

Es la publicidad que realiza el medio de comunicación hacia alguna empresa, organizaciones o comercio en general. Esta publicidad es la que sostiene en gran parte la economía del medio, sus costos están segmentados por páginas de diferentes precios. La publicidad dentro de las revistas es realizada mediante el requerimiento del negociante, el da la pauta para realizar el diseño que se le quiere dar al anuncio publicitario.

Principalmente en la publicidad dentro de las revistas despierta un gran interés para las empresas, ya que consideran que son medios de comunicación de gran interés social, y que las personas podrían orientarse hacia comprar cierto producto o beneficio que le brinda al publicidad.

Imagen 10
Anuncios publicitarios
Autora: Yoselin Herrera Martínez



PORTADA DE LA REVISTA

Imagen 11
Portada de la revista
Autora: Yoselin Herrera Martínez



LAS NOCHES VENECIANAS Y SU HOMENAJE AL PUEBLO RIOSENSE.-

Este 12 de Junio se llevara acabo la gran fiesta de las Noches Venecianas, quien este año rendira homenaje al pueblo Riosense por medio del rio Vices.

La Tradicional Regatas Guayaquil- Vices



CACACO, VERDE Y CHOCLO SON LOS PRODUCTOS QUE MAS EXPORTA EL CANTON VICES.-



ESTRUCTURA DE LA CONTRAPORTADA

Imagen 12
 Contra portada
 Autora: Yoselin Herrera Martínez



Directora de la Revista
Yoselin Herrera

Consejo Editorial
Katuska Jaen

Fotografía
Omar Mora

Diseño
Luis Palacios

impresion CNF

4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA

- Fomentar el desarrollo cultural del cantón Vinces, mediante la creación de un medio de comunicación masivo como es la revista impresa. Ya que generaría un mejor entorno social en el cantón y su contribución sería eficiente para que los medios convencionales no decaigan en plena era digital.
- Generar empleos mediante la creación de la revista, ya que se va a necesitar el trabajo de comunicadores sociales, diseñadores gráficos, publicistas y demás profesionales que integrarían el medio de comunicación, para de esta manera brindar un mejor trabajo a la sociedad.
- Incentivar el desarrollo cultural del cantón mediante el medio de comunicación, dentro del cual se podría fomentar el turismo y a su vez difundir contenidos turísticos que sean de gran interés para la población en general.

Bibliografía

Abedrabo, G. C. (2015). *Creacion de un informativo impreso cultural para la ciudad de Riobamba*. Universidad Regional Autónoma de Los Andes: UNIANDES.

- Alcaraz, S. H. (14 de Enero de 2014). Obtenido de <https://www.esritores.org/recursos-para-esritores/colaboraciones/9874-la-importancia-de-la-lectura>
- Aurigam. (7 de Noviembre de 2012). *aurigam*. Obtenido de <http://aurigam.com/el-futuro-de-las-revistas-impresas-analisis-del-caso-newsweek/>
- Ayestarán Crespo, R., & Reyes Crespo, I. (2009). *Revistas femeninas ante la transición digital: su expansión de marca como base del modelo de financiación de sus grupos editoriales en España*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Bayona, V. M. (2009). *Lectura de prensa y desarrollo de la competencia lectora*. España: Ministerio de Educación de España.
- Barcala , I., & Matilla, C. (2006). Hacia una publicidad solidaria. *Red Comunicar*.
- Canella, R. (2005). *propuestas para la producción de revistas científicas de comunicación de calidad internacional en el paradigma digital*. Tenerife, Canarias .
- Carbone, G. (2009). *Escuela, medios de comunicación social y transposiciones*. Miño y Dávila.
- Carrion, A. (23 de Marzo de 2012). *wordpress*. Obtenido de <https://andrestd.wordpress.com/2012/03/23/principales-medios-impresos-del-ecuador/>
- Castro, L. R. (2011). *LA REVISTA QUE SUENA: HACIA UNA PROPUESTA DE LÍNEA EDITORIAL EN EL MEDIO DIGITAL* . Bogota : PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
- Cevallos, R. R. (2005). *¿Cultura y Desarrollo?¿Desarrollo y Cultura?* Peru .

Cordero Arroyo, G., Organista Sandova, J., López Ornelas, M., & Nishikawa Aceves, K.

(2005). REVISTA IMPRESA O ELECTRÓNICA. ¿CUAL ES LA ALTERNATIVA? *Revistas de medios y educacion*, 1-12.

Coronel, G. S. (2015). Estado de diarios, revistas y medios digitales. *Revista Pauta General*.

Cuba, D. (09 de noviembre de 2013). ¿Somos todos Comunicadores Sociales? *Imagen Publica Consulting*.

DIARIO EL UNIVERSO. (2 de marzo de 2010). En Ecuador crecen las revistas dedicadas al arte y la cultura. GUAYAQUIL, GUAYAS, ECUADOR.

Echeverría, G. (2009). *Evolución de los medios de comunicación*. El Cid Editor | apuntes.

Edo, C. (2006). Los medios digitales aun no pueden con el papel. *Revista Ambitos*.

Erickson. (2001). *La publicidad*. Firms Press.

Fernández García , T., & García Rico, A. (2001). *medios de comunicacion, sociedad y educacion*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Fernández García, T., & García Rico, A. (2001). *Medios de comunicación, sociedad y educación*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Garcia, M. (2004). *La Publicidad* . Dykinson.

García, M. R. (2006). *fenomenológica., La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología*. Mexico : Academia de Comunicación y Cultura.

- García, M., Lopez, M., & Ruiz, M. (2011). *MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA: ¿CULTURA A MEDIAS?* Los Libros de la Frontera.
- Gonzalez, J. C., & Merlo Vega, J. (2003). LAS REVISTAS ELECTRONICAS: CARACTERISTICAS FUENTES DE INFORMACION Y MEDIOS DE ACCESO. *Revista Anales de Documentacion*.
- Granda, A. B. (2015). *LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y SU INFLUENCIA EN LA EMPRESA "MOVISTAR"*. Machala .
- Guevara, A. C. (2013). *Incidencia de la comprension y la motivacion de la lectura en los estudiantes y docentes del noveno año de educacion basica, en la asignatura de Lengua y Literatura del Instituto Superior Tecnologico "Francisco de Orellana" de la Ciudad de Puyo*. Puyo: Universidad Tecnica Particular de Loja .
- Guinsberg, E. (2010). *Publicidad*.
- Jiménez, N. D. (2009). *Los medios de comunicación frente a la revolución de la información*. El Cid Editor.
- Lerner, E. R. (2005). *EL VALOR DE LA CULTURA EN LOS PROCESOS DE DESARROLLO URBANO SUSTENTABLE* .
- Lucena, R. M. (2006). La prensa escrita ante el desafío de los nuevos medios. *Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación (COMUNICAR)*, 12.
- LUNA, J. (2009). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD*. Venezuela .
- Luna, R. B. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. *Revista de Clasehistoria*.

- Losada, D., & Tarallo, L. (2014). *Comunicación y participación para el desarrollo económico local*. Bogota.
- Martínez-Gómez, R., & Lubetkin, M. (2011). *Reflexiones sobre una comunicación que transforma*. Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- Ministerio de Cultura de la Republica del Ecuador. (Julio de 2011).
culturaypatrimonio.gob.ec/. Obtenido de
<http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/Revolucion-Cultural-2011-Folleto.pdf>
- Muñiz, L. (20 de Septiembre de 2017). Obtenido de
<http://www.cuadernosdeperiodistas.com/mercado-las-revistas-consumo-la-ultima-decada/>
- Muñoz, Ó. G. (2014). *Lectura Fácil*. Ministerio de Educación de España.
- Nieto, J. Y. (2016). *Revistas y diarios digitales en España: historia de una evolución*. España : Editorial UOC.
- Olivares, M. O. (2009). Metodología de la sociología visual y su correlato etnológico. *Argumentos (Méx.)* .
- Pupo Vázquez, A. A., & Velázquez Ló, A. (2016). *Desarrollo cultural y partidos políticos*. Editorial Universitaria.
- Ramírez, J. D. (2015). Interacciones entre comunicación, desarrollo cultura en Colombia. *REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN* , 73-80.
- Renó, D., Martínez, M., & Campalans, C. (2014). *Medios y opinión pública*. Argentina: Editorial Universidad del Rosario.

- Revista Comunicar . (1995). Publicidad... Como la vemos. *Revista Comunicar*.
- Reyes, R. M. (2010). *Factores culturales y desarrollo cultural comunitario. reflexiones desde la práctica*. Universidad de Las Tunas.
- Reyes, R. M. (s.f). *FACTORES CULTURALES Y DESARROLLO CULTURAL COMUNITARIO. REFLEXIONES DESDE LA PRÁCTICA*. eumed.net.
- Roman Gonzales , M., & Martinez del Rio, J. (2004). *Efectividad de la publicidad en forma de banner* . Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L.
- Semenov, A. (2005). *las tecnologias de la informacion y la comunicacion en la enseñanza* . Ediciones Trilce .
- SOCIEDAD, L. M. (15 de Enero de 2009). Obtenido de <http://sociedadvenezolana.ning.com/forum/topics/los-medios-de-comunicacion-2>
- Soto, B. (2012). *Gestion.org*. Obtenido de <https://www.gestion.org/marketing/publicidad/30419/la-publicidad-en-las-revistas/>
- Suing, A., Arrobo , J., & Campos, F. (2015). Los medios sociales en la promoción de los contenidos culturales en televisión. Análisis del caso de Ecuador. *Revista de Comunicacioin*, 137.
- Tapia, C. U. (2017). *Comunicación, cultura y Desarrollo*. Ecuador: "Quípus", CIESPAL .
- Teixidó, E. F. (2006). *¿Cómo pensar ideas creativas en publicidad?* Editorial UOC.
- TELEGRAFO, E. (15 de febrero de 2014). *Diario el telegrafo*. Obtenido de <http://www.letelegrafo.com.ec/noticias/carton-piedra/34/el-telegrafo-una-historia>

Terrero, J. M. (2006). El impacto moral y social de los medios de comunicacion social .

Red Comunicar.

Tornero, J. M. (15 de Febrero de 2017).

<http://www.aikaeducacion.com/tendencias/aprendizaje-la-lectura-comprensiva-critica/>. Obtenido de <http://www.aikaeducacion.com/tendencias/aprendizaje-la-lectura-comprensiva-critica/>

Unesco . (2016). *organizacion de las naciones unidades para la educacion la ciencia y la*

cultura . Obtenido de <https://es.unesco.org/themes/cultura-desarrollo-sostenible>

Wilson, J. (2017). EL USOS DE LA PUBLICIDAD OFICIAL: MUNICIPIO DE LA

CAPITAL DE LA RIOJA (PERIODO 2016). *Revista Científica Trimestral IN IURE.*

Xavier, J. B. (13 de Octubre de 2013). Obtenido de

https://elpais.com/cultura/2013/10/13/actualidad/1381650419_132546.html

Yes, B. (5 de Septiembre de 2015). *El Blog de Yes.* Obtenido de

<http://www.elblogdeyes.com/revistas-digitales-o-impresas/>

Zamora, J. A. (2003). *Medios de comunicación: información, espectáculo, manipulación.*

EL verbo divino .

ANEXOS

5.- ¿Cree usted que las personas están perdiendo la pasión por la lectura?

Tabla 19

Las personas están perdiendo la pasión por la lectura
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	31	27%
No	85	73%
TOTAL	116	100%

Grafico 14

Las personas están perdiendo la pasión por la lectura
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- de las personas encuestadas el 73% manifestaron que las personas en Vinces no están perdiendo la pasión por la lectura, mientras que el 17% manifestó que sí. Dado estos resultados se puede analizar que la mayoría de las personas en Vinces aún tienen la práctica de la lectura y este se considera un resultado importante para establecer la propuesta.

6.- ¿Cómo calificaría usted la calidad de las revistas digitales, ante las revistas impresas (físicas)?

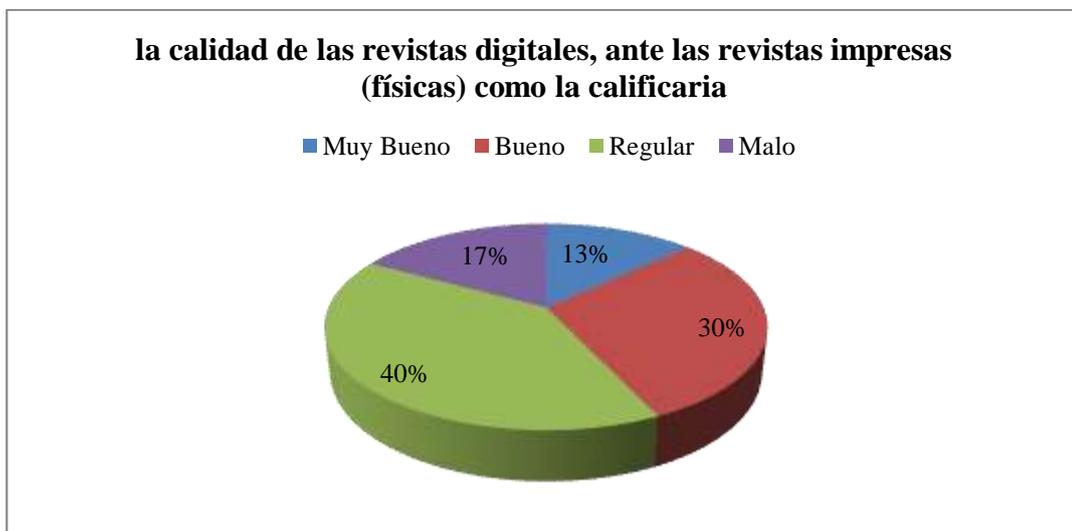
Tabla 20

la calidad de las revistas digitales, ante las revistas impresas (físicas) como la calificaría
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY BUENO	15	13%
BUENO	35	30%
REGULAR	46	40%
MALO	20	17%
Total	116	100%

Gráfico 15

La calidad de las revistas digitales, ante las revistas impresas (físicas) como la calificaría
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- según las personas encuestadas el 40% calificaron la calidad de las revistas impresas como regular, mientras que el 30% indicó que la calidad era buena, el 17% las calificó como malas, mientras que el 13% resalta que eran muy buenas. Al ser revistas digitales, sus contenidos son variados y la información se sube de manera rápida a la web, pero su principal problema es que para obtenerlas se debe tener una computadora y un servidor de internet.

7.- ¿Cómo considera Usted que una revista informativa ayudaría al desarrollo cultural del cantón Vinces en los actuales momentos?

Tabla 21

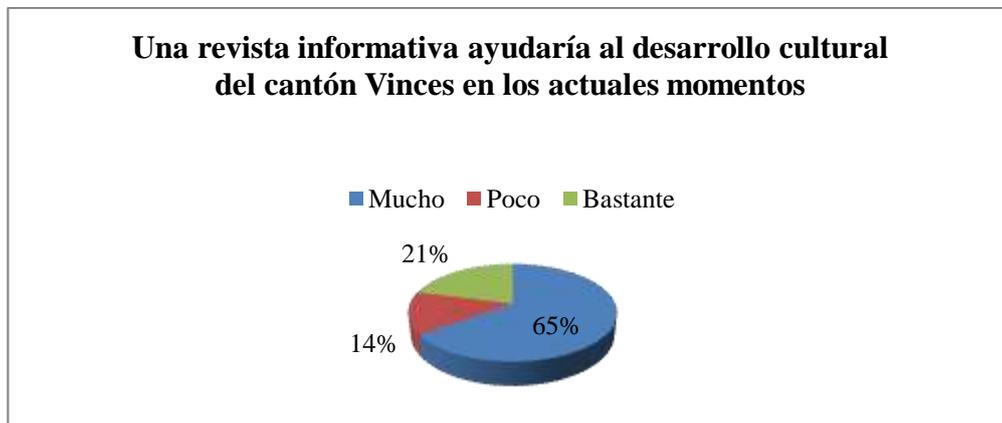
Una revista informativa ayudaría al desarrollo cultural del cantón Vinces en los actuales momentos

Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUCHO	75	65%
POCO	16	14%
BASTANTE	25	21%
TOTAL	116	100%

Grafico 16

Una revista informativa ayudaría al desarrollo cultural del cantón Vinces en los actuales momentos



Análisis e interpretación de resultados.- el 65% de los encuestados manifestaron que una revista informativa ayudaría mucho al desarrollo cultural del cantón Vinces, mientras que el 21% aseguro que sería bastante la ayuda que esta podría brindar dentro de la sociedad, y por último el 14% indico que sería poco el aporte que esta pueda brindar para el desarrollo cultural. En base a estos resultados se podría decir que la gran mayoría de las personas si están de acuerdo en que la revista como medio de comunicación ayudaría al desarrollo cultural del cantón, ya que fomentaría la cultura como tal.

8.- ¿De circular nuevamente una revista informativa en el cantón Vinces la compraría?

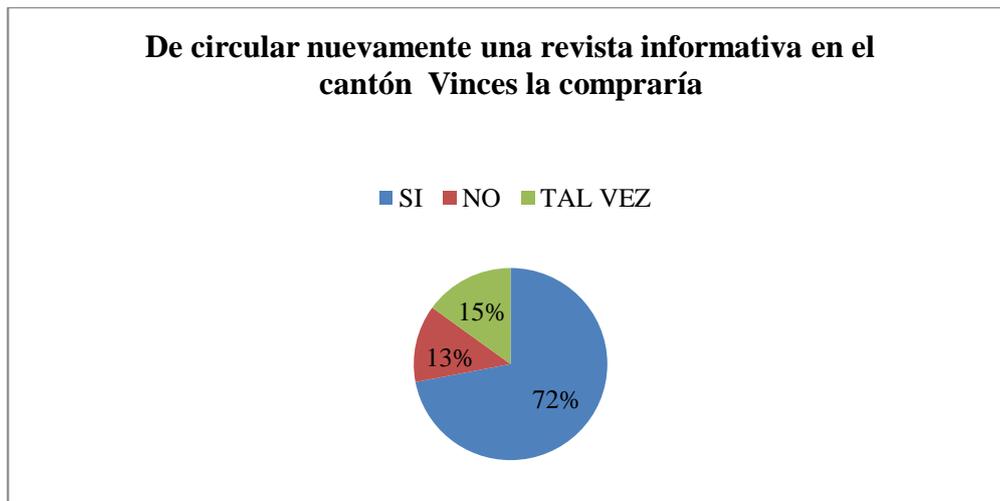
Tabla 22

De circular nuevamente una revista informativa en el cantón Vinces la compraría Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	84	72%
NO	15	13%
TAL VEZ	17	15%
TOTAL	116	100%

Grafico 17

De circular nuevamente una revista informativa en el cantón Vinces la compraría Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 72% de las personas encuestadas mencionaron que si estarían dispuestos a comprar una revista si llegara a circular, mientras que el 13% manifestó que no, y el 15% indico que tal vez. Un gran número de personas estaría dispuesta a comprar la revista informativa en caso de que esta circule dentro del cantón, debido a que en los actuales momentos no existen revistas de carácter cultural y consideran que Vinces posee grandes elementos para la creación de una revista.

9.- ¿Cuál debería ser para usted el costo de una revista informativa?

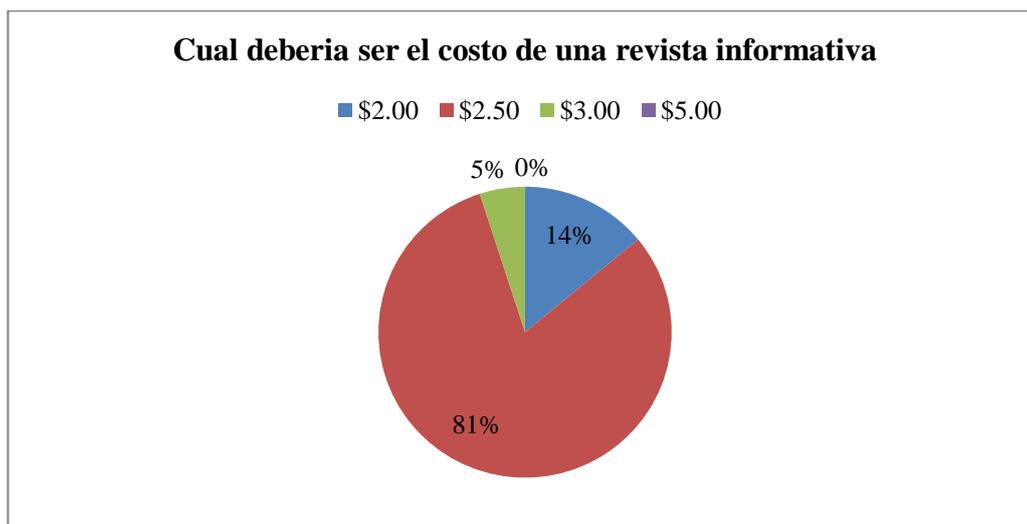
Tabla 23

Cuál debería ser el costo de una revista informativa
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$2.00	16	14%
\$2.50	94	81%
\$3.00	6	5%
\$5.00	0	0
TOTAL	116	100%

Grafico 18

Cuál debería ser el costo de una revista informativa
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 81% de los encuestados indicaron que la revista podría ser vendida a \$2.50, mientras que el 14% dijo que a \$2.00, para el 5% de los encuestados manifestaron que \$3.00. la mayoría de las personas encuestadas indicaron que \$2,50 sería un precio ideal para obtener la revista, ya que consideran que los materiales en los que son reproducidas este tipo de medios de comunicación son caros pero de buena calidad y a su vez permiten un mejor deleite del lector.

5.- ¿Cómo dueño de un medio de comunicación, que aspectos, considera, le hacen falta a las revistas impresas para que evitar que salgan de circular?

Tabla 24

Que aspectos, considera, le hacen falta a las revistas impresas para que evitar que salgan de circular

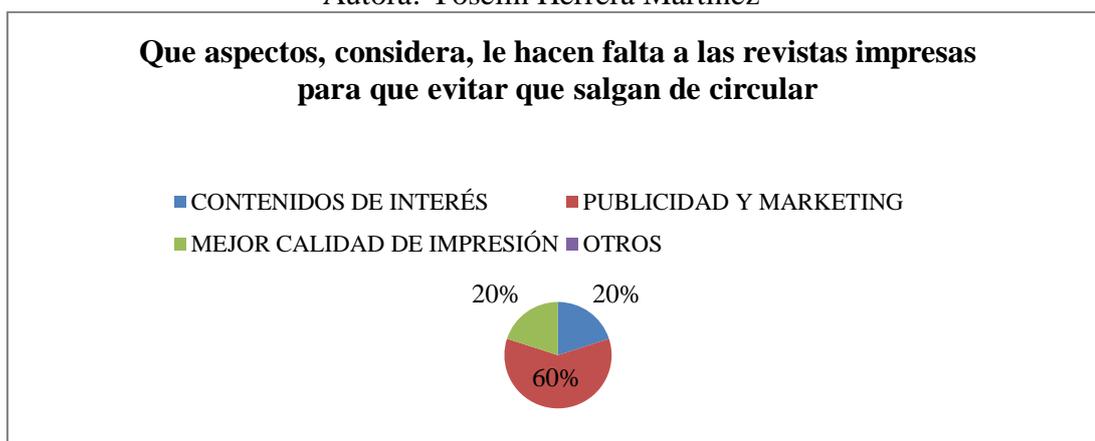
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONTENIDOS DE INTERÉS	1	20%
PUBLICIDAD Y MARKETING	3	60%
MEJOR CALIDAD DE IMPRESIÓN	1	20%
OTROS		
TOTAL	5	100%

Grafico 19

Que aspectos, considera, le hacen falta a las revistas impresas para que evitar que salgan de circular

Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 60% de los encuestados consideran que el aspecto que le hace falta a las revistas es la publicidad y el marketing, mientras que el 20% indicaron que necesitan publicar contenidos de interés, y por último el otro 20% dijo que deberían mejorar la calidad de impresión. En base a todos estos aspectos se logra descifrar que la mayoría de dueños de medios de comunicación están de acuerdo en que la publicidad y el marketing son los elementos principales, para que las revistas funcionen dentro de la sociedad.

6.- ¿En qué lugares cree usted, se lograría llegar, de mejor manera, al lector que quiera obtener una revista informativa?

Tabla 25

En qué lugares cree usted, se lograría llegar, de mejor manera, al lector que quiera obtener una revista informativa

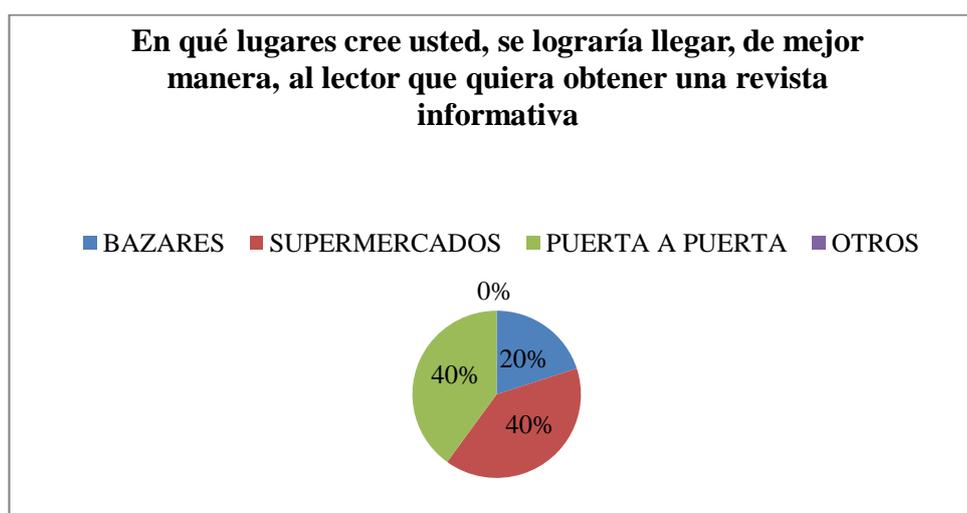
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
BAZARES	1	20%
SUPERMERCADOS	2	40%
PUERTA A PUERTA	2	40%
OTROS		
TOTAL	5	100%

Grafico 20

En qué lugares cree usted, se lograría llegar, de mejor manera, al lector que quiera obtener una revista informativa

Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 40% de los dueños de medios de comunicación encuestados manifestaron que las revistas deberían de venderse dentro de los supermercados del cantón, mientras que el otro 40% de los encuestados indicaron que su venta debería de ser puerta a puerta un 20% manifestó que la distribución de las revistas debería ser en los bazares de cada sector.

7.- ¿Cuáles son los meses en que las revistas impresas presentan un mayor número de ventas?

Tabla 26

Cuáles son los meses en que las revistas impresas se venden mas

Autora: Yoselin Herrera Martínez

Enero		
Febrero		
Marzo		
Abril		
Mayo		
Junio	2	40%
Julio		
Agosto	1	20%
Septiembre		
Octubre		
Noviembre	2	40%
Diciembre		
TOTAL	5	100%

Grafico 21

Cuáles son los meses en que las revistas impresas se venden mas
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- para el 40% de los encuestados el mes que deberían circular la revistas es en Junio, para el 20% en agosto y para el 40% en noviembre. La mayoría de personas consideran el mes de Junio con importante debido a que el cantón cumple un año más de cantonización lo cual sirve como estrategia para difundir todo tipo de información y en especial los medios de comunicación

8.- Cómo dueño de un medio de comunicación, cree usted que la Ley de Comunicación es:

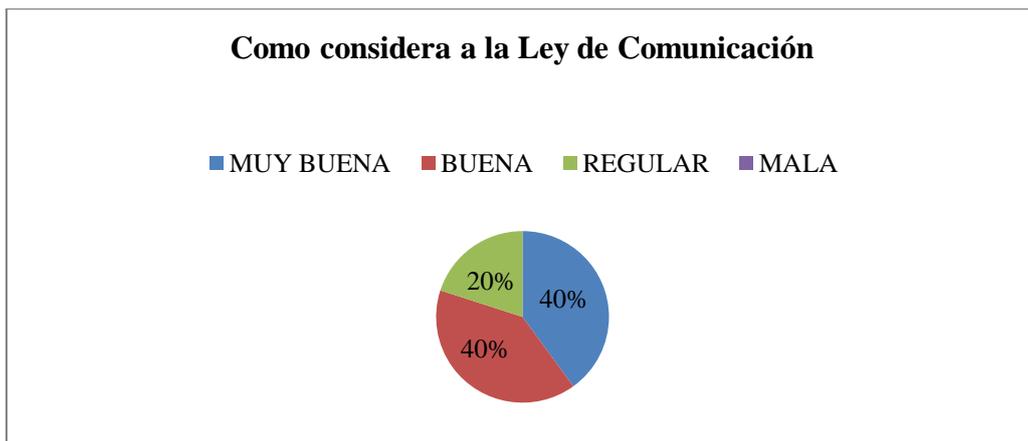
Tabla 27

Como considera a la Ley de Comunicación
 Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY BUENA	2	40%
BUENA	2	40%
REGULAR	1	20%
MALA		
Total	5	100%

Grafico 22

Como considera a la Ley de Comunicación
 Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 20% de los encuestados consideran que la ley de comunicación es regular dentro de los medios de comunicación, mientras que un 40% indica que muy buena, por otra parte el otro 40% asegura que es buena. Los dueños de medios de comunicación aseguran que con la ley de comunicación vigente, muchos medios se han restringido a brindar información ya que no proviene de fuentes confiables, y pone en riesgo la garantía del medio.

5.- ¿Cómo comunicador social tomaría la iniciativa de editar una revista impresa?

Tabla 28

Tomaría la iniciativa de editar una revista impresa
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	79%
NO	4	21%
TOTAL	19	100%

Grafico 23

Tomaría la iniciativa de editar una revista impresa
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 79% de los periodistas encuestados manifestaron que si tomarían la iniciativa de editar un medio de comunicación impreso como es la revista, mientras que el 21% indico que no lo harían. Al ser esta una respuesta positiva es importante para la formulación de la propuesta planteada.

6.- De acuerdo con su punto de vista el desenvolvimiento cultural de los pobladores del Cantón Vinces es:

Tabla 29

Como es el desenvolvimiento cultural de los pobladores del cantón Vices

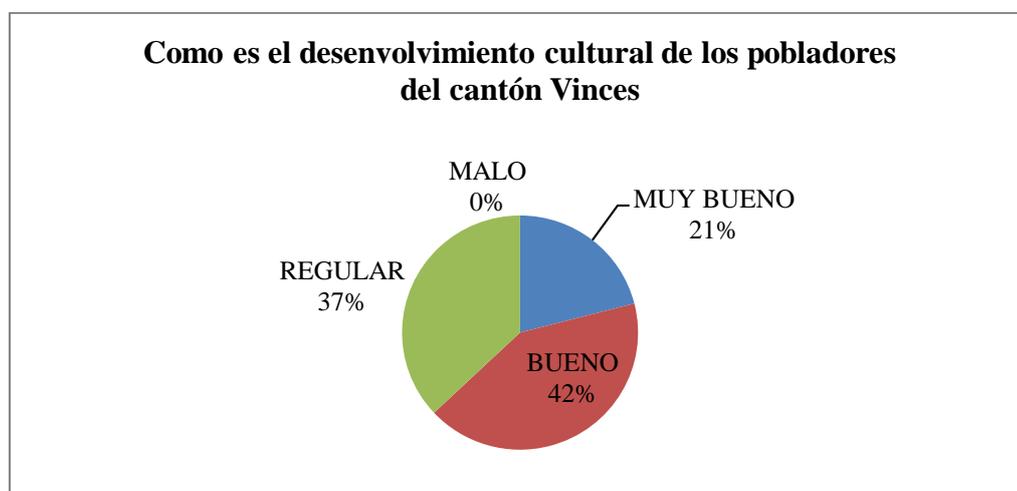
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY BUENO	4	21%
BUENO	8	42%
REGULAR	7	37%
MALO		
Total	19	100%

Grafico 24
Como es el

desenvolvimiento cultural de los pobladores del cantón Vices

Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 42% de los encuestados manifestaron que el desenvolvimiento cultural de los habitantes del cantón Vices es bueno, mientras que el 37% de los comunicadores encuestados lo consideran como regular mientras que el 21% lo consideran como muy bueno. Este resultado es importante porque permite analizar cómo se encuentra actualmente el cantón Vices, dentro de temas culturales.

7.- ¿Si a usted le propusieran redactar textos para una revista, lo haría en?

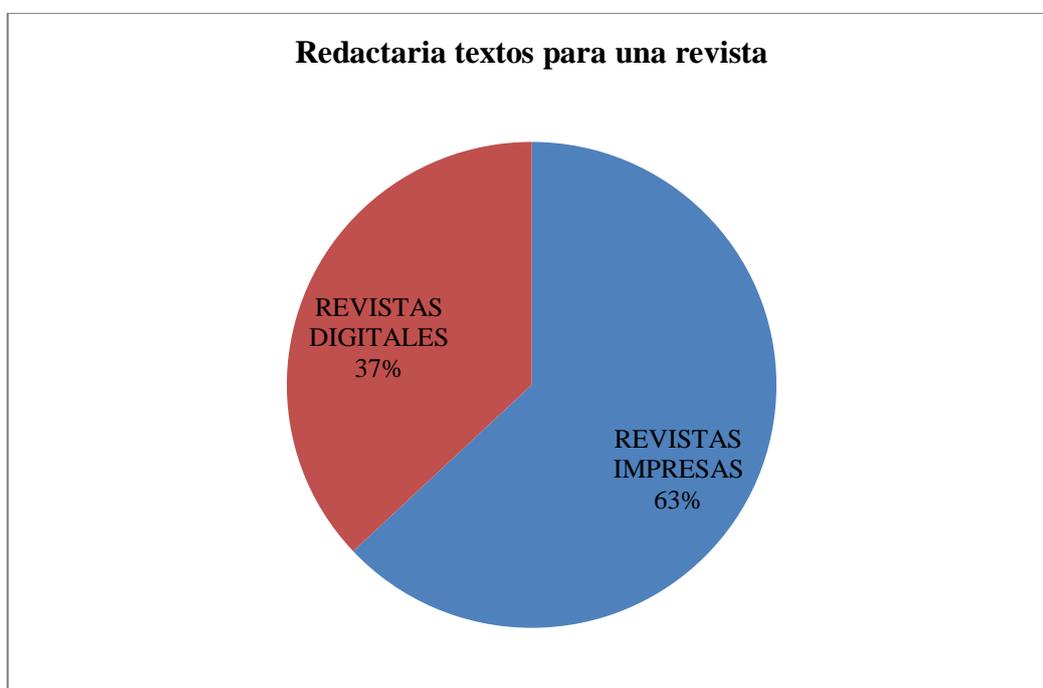
Tabla 30

Redactaría textos para una revista
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
REVISTAS IMPRESAS	12	63%
REVISTAS DIGITALES	7	37%
TOTAL	19	100%

Grafico 25

Redactaría textos para una revista
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- el 63% de los comunicadores encuestados manifestaron que redactarían textos para revistas impresas, mientras que el 37% indico que lo haría para revistas digitales. La gran mayoría de los comunicadores encuestados relatan que realizar textos para las revistas impresas es bastante fácil ya que generan mejor la información y puede guardársela esta durante mucho tiempo, mientras que en las revistas digitales la publicación solo se encuentra pertinente en un determinado tiempo

8.- ¿En los actuales momentos cómo calificaría el desarrollo de la lectura en el cantón Vinces?

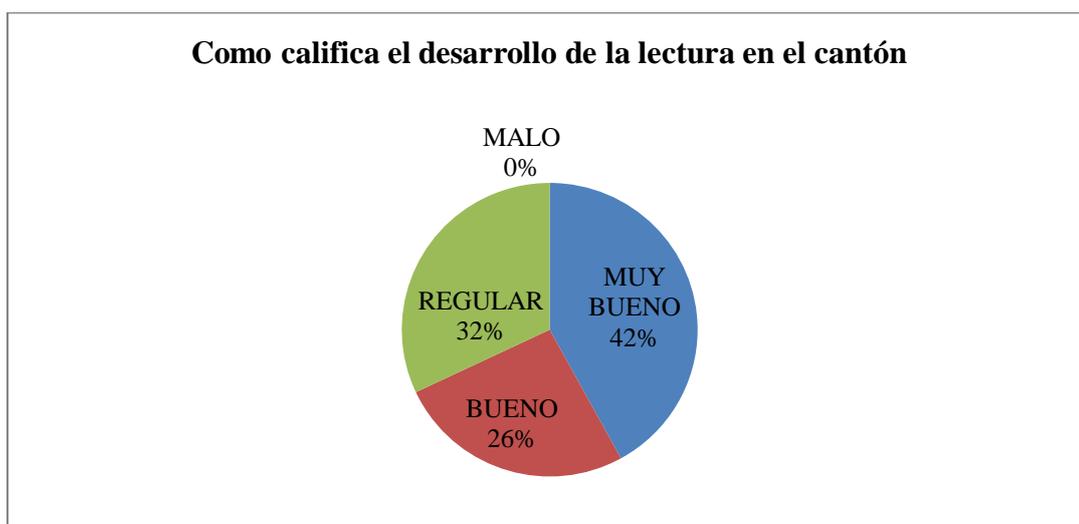
Tabla 31
 Como califica el desarrollo de la lectura en el cantón
 Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY BUENO	8	42%
BUENO	5	26%
REGULAR	6	32%
MALO		
Total	19	100%

Tabla
 Como

26
 califica

el desarrollo de la lectura en el cantón
 Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- 42% de los encuestados considera que es muy bueno el desarrollo de la lectura dentro del cantón, mientras que el 26% los considera como bueno, y por último el 32% indicó que es regular. Dados los resultados la mayoría de los comunicadores considera que el desarrollo de la lectura dentro del cantón es muy bueno y da paso a la formulación de la propuesta.

9.- ¿Cuál cree usted que sería el grado de aceptación de una nueva revista informativa, por parte de los lectores del cantón Vinces?

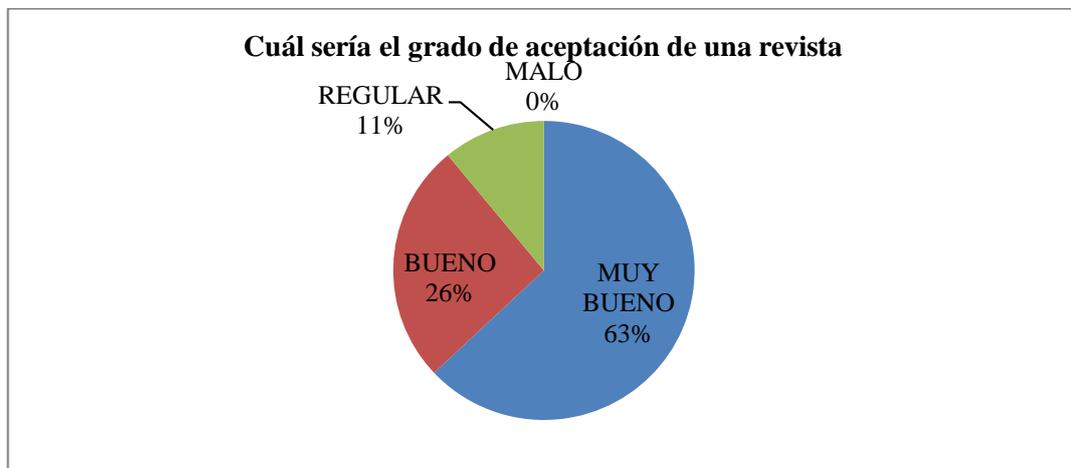
Tabla 32

Cuál sería el grado de aceptación de una revista informativa
Autora: Yoselin Herrera Martínez

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUY BUENO	12	63%
BUENO	5	26%
REGULAR	2	11%
MALO		
Total	19	100%

Grafico 27

Cuál sería el grado de aceptación de una revista informativa
Autora: Yoselin Herrera Martínez



Análisis e interpretación de resultados.- de los encuestados el 63% manifestó que es muy bueno el grado de aceptación que tendría la revista como medio de comunicación, mientras que el 26% asegura que sería buena, y el 11% indicó que sería regular. Estos resultados son de gran importancia para la creación de la propuesta.

TUTORÍAS



En las tutorías con el Msc. Luis Cadena, haciendo algunas correcciones al proyecto de investigación



Dialogando sobre los resultados que dieron las encuestas realizadas en el cantón Vinces, tanto a los comunicadores sociales, dueños de medios de comunicación y público lector.



En la segunda tutoría se dialogó sobre la propuesta planteada y se hicieron algunas correcciones.



Verificando el correcto estado de las normas APA y el formato establecido por la Universidad dentro del informe final.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS, JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACION
COMUNICACIÓN SOCIAL



SESIONES DE TRABAJO TUTORIAS

TEMA: REVISTAS IMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO CULTURAL DE LOS LECTORES DEL CANTÓN VINCES PROVINCIA DE LOS RÍOS.

PRIMERA SESION DE TRABAJO

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
En la primera sesión se revisó el primer capítulo, los contextos , la situación problemática y los objetivos,	<ul style="list-style-type: none">• Análisis del planteamiento del problema.• Restructuración de la situación problemática.• Corrección de normas APAS.	<hr/> <p style="text-align: center;">Yoselin Herrera Martinez</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Lcdo .Luis Cadena Hurtado</p>

SEGUNDA SESION DE TRABAJO

RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
Corrección de normas APAS y el establecimiento de las hipótesis según los distintos puntos de vista.	<ul style="list-style-type: none"> • Se corrigieron algunos errores de las normas APAS al momento de realizar las citas. • se realizaron cambios en las hipótesis 	<hr/> <p style="text-align: center;">Yoselin Herrera Martinez</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Lcdo. Luis Cadena Hurtado</p>
Revisión de formulario de las preguntas para las encuestas y la formula de la muestra.	<ul style="list-style-type: none"> • Se revisaron una a una las preguntas que serán formuladas en las encuesta • Se revisó la fórmula de la muestra. 	<hr/> <p style="text-align: center;">Yoselin Herrera Martinez</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Lcdo. Luis Cadena Hurtado</p>

TERCERA SESION DE TRABAJO

	ACTIVIDADES REALIZADAS	FIRMA DEL TUTOR Y DEL ESTUDIANTE
--	-----------------------------------	---

<p>RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS</p>		
<p>Revisión final de todo el proyecto, corrección de faltas ortográficas y nomas APAS.</p>	<p>Corrección de faltas ortográficas y normas APAS</p>	<hr/> <p>Yoselin Herrera Martinez</p> <hr/> <p>Lcdo. Luis Cadena Hurtado</p>
<p>Presentación del proyecto de investigación al Tutor guía.</p>	<p>Presentación del Proyecto de Investigación</p>	<hr/> <p>Yoselin Herrera Martinez</p> <hr/> <p>Lcdo. Luis Cadena Hurtado</p>

3.6 PRESUPUESTO

Descripción	Porcentaje	Cantidad	Total
Impresiones primer capitulo	12 hojas	C/u 0.15ctvs	\$1.80
Transporte	Ida /vuelta	c/u \$3.00	\$6.00
Impresiones de correcciones primer capitulo	8 hojas	C/u 0.15ctvs	\$1.20
Transporte	Ida /vuelta	c/u \$3.00	\$6.00
Impresiones segundo capítulo del informe final	25 hojas	C/u 0.15	\$3.75
Transporte	Ida /vuelta	c/u \$3.00	\$6.00
Impresiones de correcciones del según capitulo	12 hojas	c/u \$0.15	\$1.80
Transporte	Ida /vuelta	c/u \$3.00	\$6.00
Impresiones del tercer capitulo	15 hojas	c/u \$0.15	\$2.25
Transporte	Ida /vuelta	c/u \$3.00	\$6.00
Impresiones de todo el informe final	113hojas	c/u \$0.15	\$16.95
Anillados	1 anillado	c/u \$0.75	\$0.75
			Total \$68.25

15.- entrega de informe final								X	
16.- sustentación del informe final									X

Lcdo. Luis Cadena Hurtado, MBA
TUTOR DE TESIS

Yoselin Herrera Martínez
CI: 1206227926